



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**Centro de Filosofia e Ciências Humanas**  
**Escola de Comunicação**

**Repensando a formação em jornalismo: um estudo do projeto  
TJUFRJ**

**Lara de Souza Mateus**

**Rio de Janeiro**  
**2009**

Lara de Souza Mateus

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Beatriz Becker

**Repensando a formação em jornalismo: um estudo do projeto  
TJUFRJ**

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de  
Comunicação da Universidade Federal do Rio de  
Janeiro como parte dos requisitos necessários à  
obtenção do grau de Bacharel em Comunicação  
Social, habilitação Jornalismo.

Rio de Janeiro  
2009

Lara de Souza Mateus

Orientadora: Beatriz Becker

## **Repensando a formação em jornalismo: um estudo do projeto TJUFRJ**

Monografia submetida ao corpo docente da Escola  
de Comunicação da Universidade Federal do Rio de  
Janeiro como parte dos requisitos necessários à  
obtenção do grau de Bacharel em Comunicação  
Social, habilitação em Jornalismo.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Banca Examinadora:

Orientador: \_\_\_\_\_  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Beatriz Becker

Examinador: \_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Gabriel Collares

Examinador: \_\_\_\_\_  
Prof.<sup>a</sup> Dr. Fernando Mansur

*Aos meus pais, Antonio e Sandra pelo apoio  
em todas as horas de sufoco e de alegria,  
àquela que é a minha melhor amiga e conselheira  
minha irmã, Julie; e a minha irmã/madrinha  
Verônica por estar, apesar de tudo, sempre presente.*

## Agradecimentos

Aos meus tios, sempre preocupados e incessantes na meta de me ajudar, especialmente à Tia Teresa sempre agindo como mais do que tia e dinda.

Àqueles que compartilharam da minha vida desde a infância e foram e são meus amigos mais queridos, meus primos Thiago e Diego. E também as minhas amadas primas/afilhadas Thuany e Thainá, responsáveis por muitos momentos alegres.

Às duas mulheres que já não estão mais aqui, mas que ajudaram meus pais a cuidarem de mim e que sempre acreditaram em mim, minhas avós Aracy e Maria.

À toda a minha família e amigos por todo o apoio, incentivo e conselhos.

À minha orientadora, Beatriz Becker, que desde o meu segundo período na ECO, esteve ao meu lado sendo uma verdadeira mestra, sempre disposta a trocar experiências.

Aos meus adorados amigos do TJUFRJ, pelo companheirismo, amizade e ajuda nos momentos críticos, principalmente, à minha amiga Juliana Teixeira, com quem dividi muitas risadas e momentos de tensão. E aos meus amados amigos Lidiane Queiroz e Guilherme Ferraz, pelos papos de tarde na salinha do TJ e pelas saídas de fim de semana, sempre divertidas.

Às minhas amigas, desde o primeiro dia na ECO, Clarissa Lima e Daniele Feno. Meninas, vocês tornaram a faculdade uma época memorável e inesquecível.

Aos professores da ECO por me mostrarem como a formação faz a diferença na vida profissional.

E às Pró-reitorias de Extensão, Graduação, e Pós-graduação e Pesquisa pelas bolsas concedidas ao TJUFRJ, um estímulo fundamental ao desenvolvimento do projeto.

MATEUS, Lara de Souza. **Repensando a formação em jornalismo: um estudo do projeto TJUFRJ** Rio de Janeiro, 2009. Monografia (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

### Resumo

Este trabalho é uma reflexão sobre a importância da formação profissional em jornalismo para uma prática social de maior qualidade. Revela que as novas tecnologias de comunicação tem influenciado as rotinas produtivas jornalísticas e discute se a inserção de novos sujeitos nos processos colaborativos de construção de notícias pode resultar em textos mais diversos, contextualizados e inventivos. A partir dos resultados alcançados é sugerido que a conquista de competências e habilidades para ler e construir relatos que utilizam a linguagem audiovisual e recursos multimídia, é essencial para a formação de leitores – telespectadores – usuários mais ativos, ou seja, que interpretam com autonomia as imagens do mundo na tela e fora dela. Observando, ainda, a experiência pedagógica do laboratório e do site TJUFRJ, por essa razão, também são apresentados dados referentes ao projeto e entrevistas com os alunos que estiveram ou estão vinculados ao projeto durante os seus já quatro anos de existência.

Palavras-chave: Jornalismo de qualidade. Análise Televisual. Webjornalismo audiovisual. Formação. TJUFRJ.

## 1. Introdução:

Assistimos ao surgimento, cada vez mais veloz, de tecnologias que acarretam amplas mudanças em diversos setores da vida social, principalmente no campo da comunicação, provocando alterações significativas nas rotinas produtivas dos veículos de informação e nas relações com seus usuários.

A web e os dispositivos móveis tornaram possível estarmos conectados a imagens a todo tempo, e a nossa “cultura da imagem, que explora a visão e a audição”, como diz Kellner, foi potencializada. As novas tecnologias permitiram o desenvolvimento de novas narrativas e de formas de interação diferenciadas entre quem produz e quem consome os produtos da comunicação. E, se antes os indivíduos já sofriam um “bombardeamento” de imagens através da televisão e do cinema, hoje esta ação tornou-se ininterrupta; afinal, basta ter um computador ou um celular para ter à sua disposição uma imensidão de vídeos, textos e fotos que advêm tanto de locais já institucionalizados de produção informativa e cultural, quanto de anônimos alçados à categoria de produtores.

As novas tecnologias permitiram que ocorresse uma mudança fundamental na lógica do fazer jornalismo: possibilitou um incremento da participação dos usuários na construção das narrativas jornalísticas audiovisuais. Através da disponibilização de meios alternativos para a produção de vídeos, como o aparelho celular ou a câmera fotográfica, e do acesso facilitado a equipamentos que antes eram de difícil aquisição e manipulação, como as câmeras, a produção de material audiovisual passou a ser praticada não só por profissionais, mas, também, por pessoas interessadas em explorar toda a nova gama de ferramentas que a tecnologia colocava em suas mãos.

Ainda não há clareza sobre os modos de apropriação desses dispositivos técnicos pela população, mas a tendência de participação de cidadãos não diretamente associados ao exercício profissional do jornalismo é visível em diferentes meios, principalmente na web, e a inserção desses novos atores sociais parece alterar a relação entre produção, recepção, conteúdo, estética e formato das notícias. Se, antes, todas as imagens disponibilizadas eram produzidas pelos funcionários das empresas jornalísticas, tornou-se comum ver, nos dias de hoje, uma vastidão de imagens produzidas por “cinégrafistas amadores”, pessoas que, por alguma razão, estavam no lugar onde ocorreu a notícia, tinham um equipamento e o usaram para produzir imagens que foram apropriadas pelos

veículos produtores de notícias institucionais na hora de construir a notícia, ou melhor, a sua narrativa sobre o fato.

Assim sendo, fica a questão: será que o que é produzido por esses “cinografistas amadores” pode ser definido como jornalismo? Investigando esta questão, é possível perceber que esses conteúdos, hoje produzidos e tão abundantemente encontrados na web, não podem ser classificados como de cunho jornalístico, porque não apresentam a estrutura das matérias jornalísticas audiovisuais, não se preocupam em buscar fontes diversificadas, não apresentam a resposta às seis perguntas básicas (quem, o que, onde, quando, como, por quê) inerentes ao texto jornalístico e, portanto, não possuem a qualidade necessária, conceito definido no capítulo dois deste trabalho.

Nesse contexto, este trabalho busca verificar como e se as relações entre produção e recepção estão sendo alteradas nas rotinas produtivas jornalísticas na web na construção de conteúdos audiovisuais. Propõe uma reflexão sobre a importância da formação para a construção de notícias de maior qualidade, ou seja, com diversidade de atores sociais, multiplicidade de ângulos e novas relações entre texto e imagem. E apresenta, ainda, uma experiência de ensino na qual a integração entre teoria e prática promove um modo inovador de aprendizado, o laboratório e o site TJUFRJ, verificando, se, de fato, a formação proporcionada pelo projeto TJUFRJ faz a diferença na vida dos estudantes do curso de jornalismo da UFRJ, sendo capaz de torná-los jornalistas cidadãos.

Para atingir esses objetivos, este trabalho foi dividido em três momentos e teve a sua metodologia inspirada nos trabalhos do Grupo de Jornalismo Online da UFBA, o GJOL, e na proposta de leitura crítica do telejornal apresentada por Becker em “A Liguagem do Telejornal”. Os três momentos desta pesquisa foram a revisão bibliográfica, na qual foram coletados livros e monografias que versassem sobre a temática do trabalho; a realização de uma análise comparativa quantitativa e qualitativa entre as seções colaborativas dos sites VC no G1 e VC repórter, pertencentes aos sites mais acessados no Brasil e na América Latina, respectivamente; e o estudo do TJUFRJ, no qual foi elaborada uma análise detalhada do laboratório e do site, além de entrevistas com seis estudantes escolhidos entre os 29 bolsistas que já participaram do projeto: dois já formados, dois que ainda permanecem no TJUFRJ e dois que entraram a menos de seis meses, a fim de avaliar se realmente a experiência colabora para a formação de profissionais mais bem preparados para o exercício do jornalismo, sendo capazes de produzir conteúdos e refletir sobre eles.



Antes de especificar o que será abordado em cada capítulo, cabe contar as motivações que resultaram na presente pesquisa.

A experiência como bolsista de Iniciação Artística e Cultural da Universidade Federal do Rio de Janeiro, do projeto TJUFRJ, orientado pela Professora Doutora Beatriz Becker, contribuiu para aperfeiçoar minha formação acadêmica e a minha visão sobre o cotidiano da profissão e sobre a produção midiática, ampliando os meus conceitos, integrando a teoria à prática. Como bolsista de IAC, já apresentei três trabalhos na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural que a UFRJ realiza uma vez por ano e sempre gostei muito desta experiência porque nos permite construir uma reflexão crítica sobre o fazer e o pensar o jornalismo. Como bolsista, não realizo apenas a inserção de notas e vídeos e a atualização do site TJUFRJ; realizo uma reflexão crítica sobre esta minha prática profissional, o que me permite aprimorá-la, estabelecendo relação entre os efeitos das novas tecnologias, não apenas nas rotinas de produção do jornalismo digital, mas também no campo da comunicação e da cultura.

Ao realizar as pesquisas dentro do laboratório, acabei me aproximando dos principais temas discutidos hoje na comunicação e no jornalismo e, principalmente, tive a possibilidade de refletir sobre os novos meios de produção do audiovisual, questionando se os processos colaborativos alteram o formato e o conteúdo das notícias e a prática do jornalismo. Este questionamento me fez pensar sobre uma questão essencial na percepção do jornalismo como forma de conhecimento: a necessidade da formação do futuro profissional de comunicação, ainda mais em um momento em que a formação do jornalista ficou abalada pela não necessidade do diploma para o exercício da profissão, por decisão do Supremo Tribunal Federal. A formação é indispensável para o futuro profissional da comunicação, pois permite que os estudantes adquiram competências para realizar a leitura crítica e a seleção das notícias/textos.

No segundo capítulo, será apresentada uma reflexão sobre o jornalismo na sociedade contemporânea, discutindo se e como as contribuições dos usuários estão influenciando as rotinas de produção, especialmente o webjornalismo audiovisual, identificando as características dessas mediações e compreendendo essa prática como forma de conhecimento.

No terceiro capítulo, é discutida a complexidade do valor da imagem na atualidade, assumindo que ela pode gerar novas percepções e construtos sobre a contemporaneidade, e interpretando os textos audiovisuais como mais do que mera mercadoria.

No quarto capítulo, é apresentada a análise comparativa quantitativa e qualitativa, realizada através da observação, durante uma semana, dos conteúdos veiculados nas seções colaborativas dos sites jornalísticos G1 e Terra, bem como os primeiros resultados obtidos com a análise.

No quinto capítulo, são apresentadas e discutidas as referências relevantes para a formação, que propiciam um jornalismo de qualidade, amparadas pelas contribuições da análise televisual e da educomunicação. É sugerido que a conquista de ferramentas técnicas e da reflexão é imprescindível para a produção de conteúdos mais inovadores e diversificados.

O sexto e último capítulo, é dedicado ao laboratório e ao site TJUFRJ. Aqui serão analisados o site e o laboratório como uma experiência pedagógica inovadora, capaz de gerar telespectadores e usuários mais ativos, ou seja, cidadãos com autonomia para ler as imagens na tela e fora dela.

Para alcançar estas metas, os estudos sobre televisão, telejornalismo e jornalismo online são referências importantes, especialmente as contribuições de Pierre Bourdieu, Muniz Sodré, Arlindo Machado, Genro Filho, Alsina, Meditsch, Pollyana Ferrari, Alfredo Vizeu, Beatriz Becker, Elias Machado, Marcos Palacios e Leila Nogueira. Conceitos e metodologias utilizados nas reflexões sobre Novas Tecnologias e Sociedade e nos Estudos Culturais também são relevantes, principalmente as contribuições de Manuel Castells, Alex Primo e Martín-Barbero. Outros autores também foram fundamentais para este estudo: Norman Fairclough e Milton Pinto, em função de algumas referências necessárias da análise do discurso; Francesco Casetti e Lorenzo Vilches, em função de uma melhor compreensão da análise televisual; Angela Schaun e Santaella, autoras que também tornaram possível aprender o valor da Educomunicação e dos estudos da imagem e de seus significados, respectivamente.

## 2. Jornalismo na sociedade em rede

As novas tecnologias alteraram a sociedade, dando origem ao que Castells denomina de sociedade em rede. Neste tipo de sociedade, segundo Castells, as novas tecnologias da comunicação e da informação ocasionam transformações em diferentes âmbitos da vida cotidiana, como a economia, os sistemas de produção e a cultura (CASTELLS: 2003).

É bem verdade que a sociedade contemporânea não foi a primeira a ter a sua estrutura alterada pelas tecnologias. Todas as sociedades, ao longo do tempo, foram permeadas pelos seus meios de comunicação e formas de conservação do conhecimento.

A diferença, nos dias de hoje, se deve ao fato de que agora é possível processar e veicular informação com uma velocidade extrema, o que acaba levando ao fenômeno que Muniz Sodré identifica como “mídiatização” (SODRÉ: 2008), ou seja, todas as instituições sociais encontram-se articuladas pela mídia. E este fenômeno é corroborado pelo estabelecimento da “tecnointeração”, ou seja, pela mediação constante dos meios de comunicação, para que as pessoas possam comunicar-se.

No jornalismo, assim como em diversos outros âmbitos da sociedade, as novas tecnologias também introduziram mudanças, como mostra Ferrari:

O fazer jornalístico está mudando, basta olharmos para o inexistente número de “carros de reportagem” nas redações digitais, o que demonstra que raramente o repórter Web sai à rua em busca de um fato. O fato vem até ele pela própria net. Exemplos como o affair Clinton-Monica Lewinsky mostram o poder da Internet, que, neste caso, “furou”, no jargão jornalístico, a mídia tradicional. Os sites vêm tomando o espaço de livros, jornais, programas de TV e outros meios de comunicação tradicionais (FERRARI: 2006, 54).

No webjornalismo audiovisual, as rotinas produtivas do jornalismo e a forma de pensar a estrutura de uma matéria, que deixou de ser ou escrita ou audiovisual e passou a incorporar uma estrutura híbrida com base em links que formam árvores de conhecimento acerca de determinado acontecimento convertido em notícia, foram apenas algumas destas transformações.

Estas transformações surpreenderam os profissionais que já se encontravam no mercado e tiveram que aprender a lidar com uma nova realidade, na qual eles deixavam de ser “pauteiros, repórteres, repórteres cinematográficos e editores” e passavam a assumir a função de profissionais multimídias que, além de atuar nestas diversas frentes

do jornalismo, tinham que aprender a lidar com conteúdos de outras áreas, como a informática, das quais antes mantinham uma certa distância.

Esse novo jornalismo inaugurado pela realidade da internet e de suas potencialidades, segundo a pesquisadora Leila Nogueira, pode ser definido como um tipo de jornalismo que une, em uma mesma notícia, diferentes formatos, como vídeos, textos, fotos e áudio, que são disponibilizados para o usuário por intermédio dos bancos de dados possibilitados pelo ciberespaço. Além disso, é preciso frisar que, no webjornalismo audiovisual, o usuário, ainda de acordo com Nogueira, deve ter uma atitude ativa, principalmente na elaboração de conteúdos (NOGUEIRA: 2005,13).

No entanto, apesar de ter sido a grande promessa para o jornalismo, o webjornalismo audiovisual ainda não foi capaz de produzir, como sugerem Becker e Texeira, novos conteúdos e narrativas jornalísticas, uma das apostas dos entusiastas da web:

em pesquisas anteriores, identificamos que as webtvs, os sites audiovisuais que produzem conteúdos exclusivos para o meio digital, ainda experimentam os primeiros passos em direção a uma gramática própria, que carecem de experimentação de novas formas de narrativa com aproveitamento de recursos multimídia e de interatividade, capazes de proporcionar ao usuário a oportunidade de navegar e percorrer um relato noticioso mais do que simplesmente acompanhá-lo de modo linear (BECKER & TEIXEIRA: 2009,2).

Ao contrário, em função da necessidade de atualização o mais rápido possível e da busca pelo “furo”, o ciberespaço abriu lugar para a produção de um jornalismo que pouco apura e que, na maioria das vezes, apenas reproduz o conteúdo enviado por agências de notícias.

Os dispositivos tecnológicos devem ser utilizados de forma a colaborar com o jornalismo, produzindo relatos cada vez mais contextualizados e inventivos, e não contra ele, levando a redundâncias e ao esvaziamento do seu conteúdo.

Por isso, neste capítulo, será discutida a função social do jornalismo, o conceito de notícia e de jornalismo de qualidade, através das contribuições das teorias do jornalismo, em especial dos estudos ligados à teoria do newsmaking, dos estudos sobre jornalismo de qualidade e dos estudos culturais, a fim de mostrar que, apesar das transformações de ordem tecnológica, o jornalismo precisa manter a sua essência e, mais, o seu compromisso para com a sociedade.

## 2.1 Definindo a notícia

Ao longo dos anos, diversos foram os estudiosos que empreenderam esforços na busca por compreender e definir o jornalismo e o mundo no qual ele está inserido. Estes esforços originaram teorias que vão desde a de que o jornalismo seria um espelho da realidade até a do newsmaking que, em oposição frontal à anterior, afirma que “a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la” (PENA: 2008, 128).

Dentro de cada uma destas teorias, os conceitos de jornalismo e de notícia foram sendo alterados, revistos e muitas vezes negados, de acordo sempre com o que propunham os pesquisadores de cada concepção.

No presente trabalho, partimos do princípio de que, assim como afirma a teoria do newsmaking, a imprensa constrói a realidade a partir do que ela veicula, ou seja, dos acontecimentos que ela seleciona e torna notícia. É claro que, ainda que a mídia realize uma construção da realidade, esta não é feita com base na ficção, como em alguns gêneros do cinema; as notícias, como mostra Pena, “informam e têm referência na realidade. Entretanto, também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de construção que influencia todo o processo de construção (PENA: 2008, 129).

Por sua vez, a notícia pode ser definida, de acordo com Alsina, como “uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA: 2009, 14). Dessa maneira, ainda segundo esse autor, a notícia é uma forma de apreensão do mundo que leva em consideração todos os atores sociais e questões envolvidas na representação do objeto. E, nesse sentido, o jornalista assumiria, para Alsina, o lugar de “leitor privilegiado dos acontecimentos”, pois é o jornalista que tem acesso aos acontecimentos e, depois, através destes, formula “mundos possíveis”, que serão ofertados ao público.

Porém, é preciso lembrar que notícia diz respeito a uma pequena parte do que seria o jornalismo. Por isso, faz-se necessário agora, antes de partir para as definições acerca do que seria jornalismo de qualidade, clarear o que neste trabalho será compreendido como jornalismo.

Neste trabalho, o jornalismo é encarado como aquele que detém um papel estratégico na sociedade, visto que pode promover o conhecimento, como advoga Genro Filho. Para este, o jornalismo é uma forma de conhecimento, posto que propicia, assim como a arte e a ciência, a apreensão do mundo. O conhecimento que o jornalismo permite, no entanto, não é o mesmo que é adquirido na escola. O próprio Genro Filho

estabelece a diferença entre o “conhecimento de trato”, que engloba todas as experiências que o ser humano foi capaz de absorver ao longo dos anos, oferecido pelo jornalismo, e o “conhecimento acerca de”, que é o institucionalizado, referente à lógica e à teoria.

Ainda segundo Genro Filho, o jornalismo pode ser visto como transmissor de conhecimento, por possibilitar que toda a sociedade perceba a realidade da mesma forma, através do mesmo processo, além de ser uma atividade na qual são expostas socialmente complexas mediações objetivas que levam a um “fazer e um saber específicos”, como afirma Genro Filho (GENRO FILHO: 1987).

E, sendo o jornalismo uma forma de conhecimento, como acreditamos, ele tem e deve exercer a sua função pedagógica. O jornalismo, de acordo com o meio no qual está inserido, ensina o seu público a dialogar com ele, a desenvolver uma forma de compreender e interpretar o seu “texto” e, por isso, o jornalismo atua de uma “forma pedagógica”, na qual “a notícia faz uma mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público” (VIZEU: 2008,19).

Mas cumprir essa função tem se mostrado um problema, principalmente na web, como mostram Becker e Lima: “a capacidade de selecionar e transformar informação em conhecimento é o principal desafio dos jornalistas que trabalham com tecnologia digital” (BECKER & LIMA: 2007,7).

E, se o jornalista não consegue realizar o seu trabalho da maneira mais apropriada, o que o seu público recebe nada mais é que um relato superficial sobre determinado assunto.

## 2.2 Webjornalismo audiovisual de qualidade

O conceito de qualidade ainda hoje é muito discutido por jornalistas e pesquisadores. Para Becker, a qualidade no telejornalismo está atrelada à capacidade da cobertura em agregar a maior quantidade possível de vozes e, somente através de uma cobertura capaz de dar conta dos diferentes temas e atores e com novos enfoques, é que será possível ter um jornalismo de qualidade (BECKER: 2005,63).

Mas as pesquisas de Benedetti apontam que qualidade em jornalismo seria dependente de uma decisão:

capacidade de extrapolar o factual e expressar o  
contextual possibilita aos jornalistas escolherem a

amplitude da abordagem da realidade que pretendem desenvolver em suas notícias, sem abrir mão dos fatos. Isso significa que a factualidade é imperativa no jornalismo, mas o quanto os jornalistas vão se empenhar para reconstituir em seus textos as conexões do factual com o contextual é uma decisão profissional (BENEDETI: 2006, 18)

É fundamental que o jornalismo tenha qualidade, pois somente por intermédio de um jornalismo de qualidade é que ele atuará como uma ferramenta que contribui para a democracia e para uma melhor compreensão do mundo. As pesquisas na área do jornalismo de qualidade apontam que, para que este possa existir, o jornalista deve estar apto a buscar todas as informações que puder acerca do tema de sua matéria, realizar entrevistas, nas quais ele irá esclarecer todas as suas dúvidas, coletar fotos e imagens, enfim, tudo o que disser respeito ao assunto que será trabalhado em sua reportagem.

Mas não basta apurar bem; esta é apenas a primeira fase do trabalho do jornalista. Em seguida, ele precisa pensar na forma que utilizará para apresentar todos os dados que foi capaz de coletar para o seu público.

Neste momento, a atenção volta-se para o texto, que deve ser claro, e para todos os dispositivos de apoio de que ele dispõe. No caso do webjornalismo audiovisual, por exemplo, o jornalista deve pensar em que materiais pode colocar como complemento (vídeos, fotos) e que links pode estabelecer com outros sites e com outras produções, que tratem do mesmo tema, como vídeos do youtube, por exemplo. Se executar esses passos, o jornalista terá, ao final de seu trabalho, um texto jornalístico de qualidade na web:

A qualidade da informação jornalística está exatamente na capacidade dos profissionais de imprensa saberem abordar e apurar um fato, aplicando as ferramentas da interpretação e da criatividade, selecionando as informações, cruzando dados e outros saberes, trabalhando o estilo de texto, explicitando as fontes, produzindo caminhos originais de navegação entre as páginas, explorando qual é a melhor maneira de contar uma história em telas de hipertexto, ligadas entre si pelos hiperlinks (BECKER & LIMA: 2007,7).

Ainda que estes pressupostos sejam apontados em diversos textos produzidos pela academia, as experiências que, de fato, podem ser classificadas como de qualidade no contexto do webjornalismo audiovisual são muito poucas. Até porque, como mostra Salaverría, a maioria dos atuais fazedores de mídia carece de um incremento na

produção de notícias voltadas para a internet, não sendo capaz sequer de praticar o hipertexto e sim, apenas uma mera justaposição de informações:

hoje em dia aqueles que controlam os meios digitais estão submetidos a um modelo editorial que segue privilegiando a simples reprodução dos conteúdos previamente concebidos para o meio impresso, ao invés de elaborar conteúdos especificamente voltados para o meio digital; na maioria dos casos, limitam-se a reproduzir um modelo básico de hipertextualidade, no qual as informações possuem apenas dois pontos (SALAVERRÍA: 2005,520).

Praticar o webjornalismo audiovisual não é tarefa fácil. Em sua maioria, os portais, que hoje estão disponíveis na internet, não têm aproveitado as potencialidades que o ciberespaço oferece, pois, ainda que utilizem em seu trabalho recursos de diferentes naturezas, como imagens, texto e vídeo, o fazem de forma rudimentar.

Em espaços como o G1, por exemplo, existe muito pouco diálogo entre esses recursos; o que temos sempre é uma página na qual há um texto elaborado pelo repórter com uma foto ou vídeo acompanhando (ou ainda os dois, em alguns casos), mas dentro de campos muito bem divididos na página. Além disso, os links para outras reportagens relacionadas ao assunto são feitos ou ao final da matéria ou no meio, mas não têm uma integração com o restante do texto.

Esse tipo de produção não favorece o webjornalismo de qualidade que, segundo Ferrari, deve ser disponibilizado para o público através do modelo da árvore informativa, que liga os assuntos abordados em determinada matéria a outros correlatos: “é importante dar notícias laterais, o que chamo de “galhos” dessa árvore informativa – mas que sempre deverão estar coligados com o tronco. Isso pode ser feito por hiperlinks, por textos consolidados e até recursos multimídia, como áudio e vídeo” (FERRARI: 2007, 20).

Porém esse tipo de estrutura só é de fato encontrada em raras experiências, como as das reportagens especiais do Clarín. Este jornal destina uma parte de seu site apenas para alocar as suas experiências com a linguagem do hipertexto: são mais de quarenta reportagens especiais, que não usam um texto escrito corrido, organizado de maneira vertical, com fotos e links listados no rodapé da matéria, seguidos de um “leia mais”; pelo contrário, o site do Clarín traz reportagens que ousam no design e na disponibilização dos conteúdos, como na reportagem sobre a “Guerra das Malvinas”.



Essa reportagem do Clarín é uma experiência visualmente impactante para o usuário, pois este “é levado” para o que poderia ser o campo de batalha da guerra e tem, de forma solta na página, os links para o que ele deseja assistir e na ordem que melhor lhe aprouver, o que enriquece ainda mais a narrativa. Não há hierarquização entre as informações e a forma pela qual elas estão dispostas contribui ainda para a ilusão do usuário de estar de fato em um lugar, posto que trabalham atentos à noção de profundidade de campo, tão cara ao cinema, e que não estamos acostumados a ver em sites jornalísticos e muito menos como parte constituinte do modo de oferta da informação.

Por fim, é preciso ressaltar que as contribuições do Grupo de Jornalismo Online da UFBA, o GJOL, que trabalha com a temática do jornalismo online há mais de dez anos, são importantíssimas para o estudo deste tema, mas ainda são insuficientes posto que não oferecem categorias para a análise das novas narrativas audiovisuais.

### 2.3 Interatividade nos portais jornalísticos

Foram os processos interativos viabilizados pelas tecnologias digitais que permitiram a inserção de uma participação do usuário em conteúdos produzidos pelos veículos jornalísticos. No início, essa participação era restrita a e-mails e reclamações via telefone, mas, com o avanço dos softwares, logo foi possível ofertar mais ao usuário que passou a poder não só comentar na própria página da matéria, como também a contribuir com ela através de fotos e vídeos.

Todo esse movimento, é claro, veio ancorado em uma mudança que acontecia na sociedade como um todo. Vivemos a era da conexão, da interatividade e da convergência, como aponta André Lemos, em seu texto “Comunicaciones Móviles” (LEMOS: 2004, apud Becker & Lima: 2007). E é em função desse novo contexto que a interatividade e os estudos sobre ela, surgem e ganham força, traduzindo-se, inclusive, nas primeiras categorias para análise, como aponta Albornoz: multimidialidade, hipertextualidade e interatividade.

Uma das proposições desse “tipo” de jornalismo é a interatividade. Desde o início das discussões sobre o webjornalismo audiovisual, a interatividade sempre esteve presente.

Com a internet e, especialmente, com a interatividade e a possibilidade de uma pessoa comum ocupar não só o lugar de quem recebe, mas, também, de quem produz, o usuário tornou-se ativo em um sentido mais amplo.

As mídias eletrônicas massivas, como a televisão e o rádio, por mais que oferecessem a seu público formas de intervenção (ligar para protestar quanto à programação, enviar cartas etc.), não possibilitavam uma ação instantânea de protesto ou apoio. Hoje, quando um site publica uma notícia, não só os usuários podem criticá-la, como também complementá-la com dados/informações aos quais tenham tido acesso e que não constam na matéria por alguma razão. Como afirma Silva: “a mensagem deixa sua clássica rigidez para tornar-se espaço de manipulação por parte do receptor que se transforma em co-autor e faz por si mesmo” (SILVA apud PRIMO: 2007, 42).

O usuário pode, ainda, trilhar o seu caminho na busca por determinado conhecimento, da forma como lhe aprouver, através dos hiperlinks, que permitem, também, uma amplitude de abordagem muito maior sobre os diversos assuntos, posto que, por intermédio da convergência de mídias, fornece ao usuário a opção de assistir a vídeos, ler matérias e artigos acadêmicos, ver mapas, ouvir programas sonoros, enfim, de “correr atrás” do conhecimento da maneira que julgar mais interessante e eficiente para si. Além disso, caso o usuário disponha de informações vastas sobre determinado tema, ele pode difundi-las para outras pessoas por meio de ferramentas, como a Wikipédia e os blogs.

Obviamente que não se pode atribuir à interatividade e às demais possibilidades de ação da internet o caráter de “salvadoras da pátria”; não sejamos otimistas demais. Segundo Primo, o que chamamos de hipertexto e de interatividade não ofertam ao usuário a liberdade que tanto apregoamos:

ainda que o fascinante potencial da hipermídia ofereça mecanismos tecnológicos que permitam a um internauta juntar pedaços e montar um quebra-cabeça que o artista propositadamente não apresenta em uma forma derradeira, convidando os visitantes do site a participarem da obra, a lógica tecnológica utilizada ainda limita o comportamento autônomo e a participação ativa dos interagentes” (PRIMO: 2007, 30).

Aliado a isso, as formas de uso do hipertexto, na atualidade, pelos diferentes veículos ainda são muito precárias, como dissemos anteriormente, sendo, em sua maioria, uma “estrutura hipertextual simples de ida e volta que se enfeita, em algumas ocasiões, com encadeamentos para artigos relacionados, tanto inseridos no próprio corpo do texto, quanto, porém mais comum, em quadros isolados” (SALAVERRÍA: 2005,520). Para comprovar esta afirmação, basta visitar sites como o G1.

Fora o uso de estruturas simples na elaboração do hipertexto, verifica-se, ainda hoje, uma deficiência quanto ao uso das novas formas de construção da informação, da narrativa que esse site traz.

Dessa forma, apesar do avanço tecnológico, o que se tem é a mera reprodução de narrativas de outros meios neste novo suporte que é a internet. Nota-se, portanto, que deve haver um incremento, tanto na pesquisa quanto na prática, com relação ao hipertexto, pois, graças a ele, como diz Salaverría,

é possível manter uma concisão descritiva no texto principal, e se o leitor desejar ampliar voluntariamente os detalhes sobre alguma das pessoas mencionadas na reportagem ou sobre qualquer um dos lugares nos quais acontece o fato relatado, se oferece um enlace descritivo cujo ponto ao qual ele se destina irá contribuir para com os detalhes que busca” (SALAVERRÍA: 2005, 522).

A sociedade contemporânea e a prática jornalística foram alterados, mas isso não significa que o jornalismo tenha que perder qualidade e não possa mais ser considerado como um meio de se ter acesso ao conhecimento.

O que é preciso é que o jornalismo seja feito com compromisso e que seus profissionais tenham os recursos e a formação teórica e prática de que necessitam para fazê-lo, ou seja, que aprendam e desenvolvam as competências e as habilidades necessárias para o exercício da profissão, sendo capazes de reconhecer, por exemplo, em ferramentas como o hipertexto, a possibilidade de serem utilizadas como uma forma de acesso ao conhecimento, como propõe Sodré:

A hipermídia (sistema que dá margem à interatividade informativa baseado em computador) é um instrumento cognitivo de grande importância nos processos de aprendizagem que outorgam ao estudante um papel ativo na construção/reconstrução do conhecimento. Os recursos combinados do hipertexto (tecnologia eletrônica de conservação e conexão de conteúdos informativos), vídeo, som, imagens estáticas e animadas, os chamados “softwares educativos”, os CD-ROMS informativos (enciclopédias, tratados geográficos e históricos, etc.) estimulam as atividades de pesquisa e de associação de informações (SODRÉ: 2008, 115)

Apenas com uma formação voltada para a prática e a reflexão sobre esta, será possível ter profissionais qualificados para ocupar as suas funções na conjuntura em que se encontra a sociedade. Por essa razão, será apresentada, no capítulo cinco, uma discussão acerca da formação jornalística; posteriormente, no capítulo seis, serão

apresentados o laboratório e o site TJUFRJ, que é uma experiência pedagógica de ensino em jornalismo inovadora. Mas, antes, no próximo capítulo, será apresentado um panorama dos conteúdos disponibilizados hoje no ciberespaço.

### 3. Usos e apropriações das imagens na construção das notícias na web

Na atual sociedade midiática, a imagem adquire significativa importância e seu estudo torna-se, indiscutivelmente, necessário. A mídia e, portanto, seus produtos atuam como formadores, dizendo para milhões de pessoas, através das imagens e textos que veicula, como agir, o que pensar e que ideais defender. Por esta razão, a capacidade de “ler uma imagem” nunca antes foi tão necessária e ausente, por parte da maioria da população brasileira, principalmente naqueles que possuem menor grau de formação. A arte de “ler uma imagem”, dissecando-a e, obviamente, sendo capaz de enxergar além do que é dito pelo texto que a acompanha, o qual, de certa forma, guia o olhar que o telespectador deve ter, e de perceber o que a imagem apresentada traz, enquanto narrativa e informação, deve ser posta em prática. Portanto, esqueçamos, por ora, o texto. O quanto uma imagem por si só pode dizer?

Para alguns entusiastas da imagem, a máxima “uma imagem vale mais que mil palavras” é verdadeira, irrevogável; mas, na verdade, não é bem assim. Uma imagem possui um conjunto de informações que lhe são intrínsecas e que não podem e nem devem ser descartadas durante a análise de um produto audiovisual, independentemente de qual seja. De acordo com Becker (2005,63), compreender um texto audiovisual implica lê-lo em sua totalidade, ou seja, levando em consideração “a imagem, os gestos, os movimentos corporais e a voz, com suas diferentes entonações”. Assim sendo, em um telejornal, por exemplo, a figura do apresentador transmite informação tanto por seu texto, quanto por seu comportamento diante das câmeras e por sua expressão, e todo esse aparato informacional deve ser apreendido por quem quer realmente compreender o que está diante de seus olhos.

Afinal, como se pode perceber, a mensagem não está só no que é dito, mas no que não é dito: se, por exemplo, o âncora está apresentando uma notícia sobre algum feito do governo e utiliza uma expressão de desconfiança em sua face ou um tom irônico, por mais que o texto dito exalte a ação governamental, o telespectador receberá não só a exaltação do texto, mas, também, um “quê” de desconfiança em relação ao que foi relatado, ainda que este não saiba explicar o motivo; por outro lado, se a mesma notícia for relatada com aprovação pelo âncora, ou seja, com entonação entusiástica e balanços assertivos com a cabeça, além da clássica aprovação pelo olhar, também ficará a aprovação pela ação por parte de quem dá a notícia.

É claro que imagem pode ter “infinitas” significações, o que faz com que, pelo menos nos meios audiovisuais, venha, geralmente, acompanhada de um texto que reduz/restringe seu significado. No telejornal, por exemplo, as reportagens sempre apresentam um texto aliado a uma imagem (texto e repórter ou texto em off e imagens de apoio). Desta relação entre texto e imagem, Barthes (2008: 55) considera serem possíveis dois tipos fundamentais de referência recíproca entre eles:

ancoragem e relais: no caso da ancoragem, o ‘texto dirige o leitor através dos significados da imagem e o leva a considerar alguns deles e a deixar de lado outros [...] A imagem dirige o leitor a um significado escolhido antecipadamente (BARTHES *apud* SANTAELLA & NÖTH: 2008, 55).

Para exemplificar: quando um repórter realiza a cobertura de um seminário internacional, por exemplo, ele pode de antemão escolher o que “dizer” sobre o número de pessoas que compareceram ao evento, portanto, se este foi ou não um sucesso; basta que escolha qual ângulo irá utilizar na hora de posicionar sua câmera, ou seja, se esta estará focalizando a parte lotada do auditório ou a mais vazia. Já “na relação de relais, ‘o texto e a imagem se encontram numa relação complementar. As palavras, assim como as imagens, são fragmentos de um sistema mais geral e a unidade da mensagem se realiza em um nível mais avançado’.” (BARTHES *apud* SANTAELLA & NÖTH: 2008, 55), como em uma reportagem sobre ciência que trate de temas como as células-tronco e utilize as imagens do trabalho dessas células, seu funcionamento e a explicação de como tudo ocorre, fornecendo a quem assiste uma compreensão de fato mais completa e contextualizada.

Aliado às significações produzidas por quem veicula a imagem ou o produto audiovisual, existem aquelas que são confeccionadas pelos usuários, quando entram em contato com estas imagens. Afinal o estudo de teóricos como Vilches (2002, 97) mostram que os destinatários são capazes de produzir seus próprios significados perante o conteúdo que recebem, mais isso será melhor analisado no capítulo cinco, referente ao pensar e fazer jornalismo.

Quanto ao valor da imagem para a produção de sentidos e significações, é preciso frisar que, mesmo hoje, na sociedade da cultura da visão e da audição, como diz Kellner (2001,9), onde as produções audiovisuais permeiam e são permeadas pela sociedade e onde parece que cada vez mais se reproduzem imagens descartáveis, há espaço para produções mais contextualizadas, que apresentem, por exemplo, no caso do

jornalismo, os fatos com qualidade, com ângulos diferenciados, novas formas de combinação entre texto e imagem etc. Mas, é necessário que as pessoas adquiram habilidades e competências para a realização dessas imagens, a fim de que possam ser capazes de atuar como “telespectadores e usuários ativos”. Somente com o aprendizado dessas competências e a da leitura de textos audiovisuais é que podem surgir telespectadores e usuários mais ativos, com autonomia para interpretar e produzir narrativas audiovisuais e atribuir sentidos sobre diferentes representações da realidade, de modo independente da abordagem da produção da mídia.

Afinal, como mostra Eco, “a civilização democrática apenas se salvará se fizer da linguagem da imagem uma provocação à reflexão crítica, e não um convite à hipnose” (ECO apud FERRÉS: 106).

Este tipo de experiência de uso da imagem, que estimula a elaboração de um pensamento mais crítico e aprofundado acerca de um conteúdo, já é praticado em alguns ambientes acadêmicos, como no laboratório e no site TJUFRJ – o Telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ, coordenado pela Prof. Dra. Beatriz Becker. O site, que surgiu por iniciativa dos alunos do curso de jornalismo da Escola de Comunicação da UFRJ, em 2001, e foi incorporado posteriormente à grade curricular do curso de jornalismo da ECO, quando foi criado o laboratório, será analisado mais especificamente no capítulo seis.

Apenas através da produção de um jornalismo que se preocupa com o conteúdo que está veiculando, aliado à produção de imagens pensadas e elaboradas com o fim não só da transmissão de uma informação, mas da produção de conhecimentos, é que irá se consolidar o espaço da imagem como multiplicadora de conhecimentos, para além de mera mercadoria, forma de anestesiamento do público, como argumenta o pesquisador Muniz Sodré, em “Antropológica do Espelho”.

A partir da discussão inicial deste capítulo sobre a importância da imagem na sociedade contemporânea, explorando a complexidade de seu valor e, mais especificamente, seus usos e apropriações na construção das notícias na web, será apresentado um mapeamento das diferentes narrativas jornalísticas audiovisuais existentes hoje no ciberespaço, visando perceber os tipos de apropriações de imagens que vêm sendo feitos para, mais à frente, poder problematizar a necessidade de saber ler uma imagem como experiência indispensável para os futuros profissionais do jornalismo, especialmente na construção de outros formatos e conteúdos noticiosos. A partir desse primeiro mapeamento, mais adiante, no capítulo quatro, serão investigadas,

especialmente, as práticas colaborativas referentes às narrativas jornalísticas audiovisuais.

### 3.1 Um mapeamento das narrativas jornalísticas audiovisuais na web

A inserção de novos sujeitos na produção jornalística gera uma reconfiguração dessa prática social e de sua mediação. Para estudar as novidades das rotinas produtivas do jornalismo, é preciso, primeiramente, realizar uma diferenciação entre os conceitos de jornalismo cidadão/público e jornalismo participativo.

Segundo Luiz Martins, citando Lambeth, o jornalismo cidadão/público seria aquele que:

escuta sistematicamente as histórias e as idéias dos cidadãos mantendo, ao mesmo tempo, a liberdade para eleger quais serão as histórias às quais prestará atenção; examina formas alternativas de contar as histórias a partir dos temas que figuram como importantes para a sociedade; escolhe os enfoques, na apresentação dos temas, que oferecem a melhor oportunidade para estimular a compreensão dos temas pelo público e para estimular os cidadãos a deliberarem; aquele que toma a iniciativa na hora de informar acerca dos problemas públicos sobressalentes de forma que aumente o conhecimento do público sobre as possibilidades de solução acerca dos valores envolvidos nos cursos de ação alternativos e aquele que presta atenção contínua e sistemática à relação comunicativa com o público é crível e de boa qualidade (LAMBETH apud MARTINS:2002, 3).

Essa definição de jornalismo cidadão fornecida por Lamberth se opõe ao conceito atualmente trabalhado por autores como Bowman e Willis, o de “jornalismo participativo”: o jornalismo cidadão/público de Lamberth tem, ainda, como foco de atuação o jornalista. Será o jornalista que irá realizar todo o processo, da apuração à redação da matéria, só que com a preocupação de estar de fato servindo ao usuário. Já na visão de Bowman e Willis, é o próprio cidadão que executa o processo que antes se restringia ao jornalista:

o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos que atuam de forma ativa no processo de coletar, contar, analisar e propagar a informação. A intenção desta participação é fornecer a informação independente, confiável, exata, de



ampla categoria e relevante que uma democracia necessita (BOWMAN & WILLIS: 2003, 9).

No início, a internet abrigou apenas sites que realizavam a mera transposição de conteúdos do jornal impresso para a tela do computador. Com o desenvolvimento das novas tecnologias, no entanto, novos usos e apropriações foram iniciadas. No webjornalismo audiovisual, foco deste trabalho, segundo Leila Nogueira, é possível identificar três fases desse desenvolvimento: na primeira, o conteúdo veiculado resume-se a uma mera transposição do material produzido pela TV para a web, com interatividade limitada aos botões que controlam o vídeo em exibição e ao e-mail; na segunda, já começa a existir uma hibridização de conteúdos, em que o usuário pode interagir através de chats, enviar matérias por e-mail e assistir vídeos ao vivo; porém é apenas na terceira fase que o webjornalismo audiovisual alcança todas as suas potencialidades, como mostra Nogueira:

na **terceira fase, a construtiva**, além de possuir todas as características presentes nas fases anteriores, o MDN deve permitir que o usuário monte seu próprio noticiário audiovisual através de ferramentas específicas e opte por recebê-lo via e-mail: personalização e dinamização centralizada do conteúdo” (NOGUEIRA: 2005,54).

Atualmente é possível encontrar, pelo menos, quatro tipos de experiências distintas de web audiovisual que contam, cada qual da sua maneira, com a contribuição dos usuários, são elas: as redes colaborativas, as redes sociais, o youtube e as seções colaborativas dos portais jornalísticos.

Existe no ciberespaço uma vasta gama de outras mudanças de naturezas diversas na rede, mas essas correspondem aos processos de construção de informação por meio da colaboração de usuários, associados ao uso da linguagem audiovisual e de recursos multimídia, questão proposta neste trabalho, os quais geram mudanças nas relações entre produtores e receptores.

### 3.1.1 Redes colaborativas

As redes colaborativas respondem, hoje, por uma boa parte do conteúdo veiculado na web. Surgidas em meados dos anos 90, as redes uniram pessoas que tinham interesses semelhantes e originaram espaços de produção de conteúdos

horizontais, descentralizados, como mostram Becker e Teixeira (2009,6), a partir de uma sistematização de Olivieri:

as redes são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma voluntária e democrática, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns, são estabelecidas por relações horizontais que supõem o trabalho colaborativo e participativo e se sustentam pela afinidade de seus integrantes, caracterizando-se como significativo recurso organizacional para as relações pessoais e para a estruturação social (OLIVIERI apud BECKER E TEIXEIRA: 2009, 6)

Segundo Castells (CASTELLS, apud BECKER & TEIXEIRA: 2009), “as redes são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma voluntária e democrática, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns, e são estabelecidas por relações horizontais que supõem o trabalho colaborativo e participativo.”

No Brasil, um expoente de destaque deste tipo de atividade é o Overmundo, primeiro site a disponibilizar conteúdo jornalístico colaborativo, no qual os usuários participam por intermédio da produção de notícias relacionadas à cultura brasileira e no qual a credibilidade jornalística é “assegurada” justamente pela ausência da credibilidade, ou seja, quem acessa o site sabe que os fatos ali narrados foram escritos por uma pessoa que, como qualquer outra, tem uma opinião acerca dos mesmos.

De acordo com o editor de conteúdo do Overmundo, Viktor Chagas, o site agrega a produção dos chamados jornalistas cidadãos, definidos por ele como:

Ser jornalista-cidadão não significa não ter credibilidade sobre o que é dito, pelo contrário, ele tem alta credibilidade porque ele é a fonte primária. O jornalista comum é uma fonte secundária. O jornalista cidadão também está diante de um mecanismo de controle brutal, pois está produzindo um conteúdo aos olhos de todo mundo. Ou seja, a comunidade está de fato regulando o que está sendo produzido, vide a Wikipédia e os avisos de carência de fontes. Se ele é amador e não tem credibilidade para falar, alguém na comunidade está de olho. E esse mecanismo de regulação que faz com que de fato possamos abrir para um modelo colaborativo altamente confiável, muito mais inclusive do que um jornal tradicional (CHAGAS: 2009, WWW.tjufrj.br)

É claro que o uso do termo jornalismo para este tipo de produção não é unânime. Afinal, como demonstra Meditsch, o jornalismo é uma forma de conhecimento por ser “capaz de revelar aspectos da realidade que escapam à metodologia das ciências”

(MEDITSCH:1997, 9). Mas, para isso, precisa ser elaborado com cuidado estético e de conteúdo, o que não é verificado nestas produções tão vastamente encontradas na web. No ciberespaço prevalecem imagens de incêndios ou arrastões que se sucedem umas às outras, sem qualquer explicação ou preocupação com o que é mostrado. Ao usuário só interessa, por enquanto, mostrar, não importa o como.

Dessa maneira, o jornalismo não consegue atuar da forma que Meditsch propõe, como forma de conhecimento, e, para autores como Aguiar, não chega nem a ser classificado como jornalismo:

fotos de um incêndio, de um massacre ou de um fenômeno ambiental agregam valor de consumo imediato, mas não de conhecimento. (AGUIAR apud BECKER & TEIXEIRA: 2009, 6).

Este tipo de produção deixa claro que as notícias textuais, fotográficas e audiovisuais carecem de um maior cuidado quanto ao uso de ângulos nas imagens e à construção dos textos. Há um interesse dos usuários em investigar e noticiar o que acontece e que, na maioria das vezes, não é alvo de cobertura por parte da mídia tradicional, mas faltam competências técnicas e teóricas para a elaboração, por parte do público em geral, de novos conteúdos e narrativas, o que pode ser solucionado através de ferramentas como a análise televisual.

### 3.1.2 Redes sociais

A internet tornou-se o espaço da interação por excelência na sociedade contemporânea, principalmente através das redes sociais. Orkut, twitter e facebook são apenas algumas dessas redes estabelecidas que permitem aos usuários entrar em contato, independente do local no qual se encontrem.

O fenômeno das redes sociais começou a ser verificado, de forma efetiva, no início dos anos 90, porém, desde muito antes, estudiosos já preconizavam o surgimento desse novo tipo de interação, que se constituiu na grande diferença da internet face aos outros meios, como mostra Steven Johnson (2005):

Podemos ver os primeiros anos da web como uma fase embrionária, evoluindo através de seus antepassados culturais: revistas, jornais, shoppings, televisões etc. Mas hoje já há algo inteiramente novo, uma espécie de segunda onda da revolução interativa que a computação desencadeou: um modelo de interatividade baseado na

comunidade, na colaboração muitos-muitos (JOHNSON apud COSTA: 2005, 244).

Nessas redes, os participantes expõem de dados pessoais a gostos musicais e se aglutinam em comunidades (no caso do Orkut) ou seguem aqueles com os quais se identificam (no caso do twitter). Na verdade, as redes sociais atuam como válvulas de reunião daqueles que têm interesses em comum. Nessas redes, os usuários partilham idéias, músicas e vídeos e ainda podem bater papo em tempo real.

Além de ser um espaço de interação entre pessoas, essas redes acabaram assumindo um caráter de união para a divulgação de campanhas de cunho social e promoção de empresas, provando que elas são um local de importância dentro do ciberespaço. São, ainda, um espaço que, segundo teóricos como Pierre Lévy, pode constituir-se como um lugar privilegiado de reunião de conhecimento, em termos de conhecimento distribuído e de capacidade para atuar, principalmente, de forma cooperativa: “Uma rede de pessoas interessadas pelos mesmos temas é não só mais eficiente do que qualquer mecanismo de busca”,... “mas, sobretudo, do que a intermediação cultural tradicional, que sempre filtra demais, sem conhecer no detalhe as situações e necessidades de cada um.” (LÉVY apud COSTA: 2005, 246).

### 3.1.3 O YOUTUBE

Nenhum site, na atualidade, agrega produções tão diversas e exerce tamanho fascínio sobre seus usuários como o Youtube. Este site, que surgiu em 2005, atua como uma espécie de canal na internet de todos os que produzem conteúdo audiovisual, seja um filme, uma reportagem jornalística, capítulos de novelas, clips de artistas ou paródias dos mesmos.

Por ser uma plataforma de uso fácil, tanto para a postagem, quanto para o acesso, popularizou-se principalmente entre os jovens. Detém uma gama de vídeos que cresce a cada segundo, posto que as publicações no site são praticamente ininterruptas e de grande apelo aos mais diversos públicos, pois os vídeos publicados não são referentes a um mesmo assunto apenas.

O sucesso do Youtube estaria relacionado, também, segundo Erick Felinto (2008; 39), ao fato do site possibilitar a inserção de todos como produtores, para além de meros consumidores, e pela praticamente infinita possibilidade de armazenamento de

sua plataforma, capaz de ofertar a seus usuários desde episódios de séries antigas, como “A Feiticeira”, a entrevistas com celebridades da atualidade.

Ainda de acordo com Felinto, o site seria hoje o grande veiculador das paródias (ou “spoof”), vistas pelo autor como uma manifestação do “lixo digital audiovisual” na pós-modernidade. De fato, basta navegar no site por alguns segundos que temos acesso a pelo menos vinte vídeos que realizam a imitação de um outro. Os trailers de franquias cinematográficas, como “Harry Potter”, a trilogia “O Senhor dos Anéis” e, atualmente, a saga “Crepúsculo”, são cada vez mais reinventados pelas mãos de fãs e publicados no Youtube.

A produção desenfreada deste que é um dos tipos de vídeo mais publicados e acessados no Youtube, a paródia, estaria relacionado, para Felinto, a uma transformação no conceito de informação. E, ainda segundo Felinto, “se é verdade que vivemos na era da informação, estamos afogados em um oceano informacional aparentemente sem utilidade” (FELINTO: 2008, 37).

Nunca a informação foi tão barata e acessível. Se toda a história da humanidade foi caracterizada pela raridade da informação – e daí seu valor intrínseco – hoje sofremos por seu excesso. A informação, antes rara e estimada, é agora abundante, ainda que essa abundância possa gerar efeitos negativos caso acreditemos, por exemplo, nas teses de David Shenk (1997) sobre a sobrecarga informacional geradora de ruído e confusão – e assustadora “névoa de dados” (datasmog) do mundo tecnológico contemporâneo. Em face dessa névoa de dados, os processos de busca e seleção de informação adquirem importância cada vez maior. Se nunca antes houve tanta informação disponível, nunca também foi tão fundamental peneirar o oceano informático em busca do dado relevante ou desejado (FELINTO: 2008, 38).

Dessa maneira, é possível verificar que, mesmo o Youtube sendo um fenômeno que de fato permitiu que a veiculação de obras produzidas por aqueles que antes apenas podiam ocupar o lugar de receptores, ele não foi capaz de dar visibilidade a produções autênticas e diversificadas, já que a maioria dos conteúdos disponibilizados em sua *homepage* são resultado de paródias de obras originais e reproduções de vídeos da televisão.

### 3.1.4 Seções colaborativas dos portais jornalísticos

Com o “boom da web 2.0 e da promessa de uma maior interatividade, ocasionando uma suposta diminuição de fronteiras entre quem faz e quem consome os conteúdos da mídia, e da “efetivação” desta por sites como o Youtube e por plataformas como as dos blogs, as empresas jornalísticas começaram a perceber a insurgência de um novo tipo de produção que, se não fosse por elas abarcada, poderia, talvez, gerar uma queda da sua centralidade e hegemonia como produtora de informação.

Em resposta a essas transformações, surgiram as seções colaborativas dos principais sites jornalísticos brasileiros (VC repórter, do Terra; UOL Mais, do UOL; VC no G1, da Globo.com). Agora, além de fornecer informação, esses portais recebem conteúdos de texto, áudio e vídeo, produzidos por seus usuários, e os publicam em partes específicas de suas páginas na web. Em alguns casos, como no G1, antes do conteúdo ser publicado, ele deve ser aprovado pelo editor do site, em um esforço, segundo consta na própria página de envio de conteúdo, de garantir a “qualidade” do conteúdo que estará atrelado, ainda que indiretamente, à empresa jornalística em questão.

Além disso, quando o usuário envia um vídeo para esses locais, abre mão de todos os poderes sobre seu conteúdo. A obra passa a pertencer à empresa jornalística para a qual ele enviou. Será, então, que de fato poderíamos chamar essas seções de colaborativas? Afinal, a colaboração não parte do princípio de que não há centralização ou hierarquia e que o importante é a disseminação e a troca de informação a fim de enriquecer o debate e a discussão sobre os fatos e acontecimentos do cotidiano?

Em outros ambientes que se propõem colaborativos, como o Overmundo, não há este tipo de relação entre quem envia e a equipe editorial do site que recebe esses conteúdos. O site é, de fato, uma experiência colaborativa que tem como meta a distribuição de informação para além de interesses de captação de imagens para a produção própria e lucro individual, que, ao que parece, pode ser o verdadeiro interesse dos portais que se abriram à colaboração. Ainda que este não seja o foco da análise proposta neste trabalho, esta observação é importante em um trabalho que pretende discutir as produções que existem hoje na web e, principalmente, se as relações entre produtores e receptores foram alterados pelas novas tecnologias.

Para explorar de forma mais densa os processos colaborativos praticados pelos portais jornalísticos, a fim de verificar se as relações entre produção e recepção foram

alteradas e, se sim, como, será apresentada, no próximo capítulo, uma análise comparativa entre as seções colaborativas dos sites G1 (VC no G1) e Terra (VC repórter). Esta análise irá investigar, de forma mais precisa, os formatos e conteúdos de notícias trabalhadas nestas seções, buscando perceber, de forma qualitativa e quantitativa, como a colaboração está sendo posta em prática e se ela está sendo capaz de originar conteúdos inovadores e diversificados para o jornalismo.

#### 4. Análise comparativa: VC no G1 & VC repórter

Neste capítulo, será feita a análise das seções colaborativas de dois portais que utilizam a linguagem audiovisual e os recursos multimídia, o VC no G1, da Globo.com, e o VC repórter, do Terra, respectivamente, ou, respectivamente, os portais jornalísticos mais acessados no Brasil e na América Latina, segundo dados divulgados no site Alexa ([www.alexa.com](http://www.alexa.com)) em 15 de outubro de 2009.

Em setembro de 2006, as Organizações Globo lançaram o portal G1, com a finalidade de ofertar aos usuários da internet todo o conteúdo audiovisual e jornalístico produzido pelas emissoras que pertencem ou são afiliadas ao grupo. O site, então, disponibilizava apenas conteúdos jornalísticos e de entretenimento que eram produzidos por funcionários das empresas geradoras de conteúdo.

A seção VC no G1 foi inaugurada com o objetivo de fortalecer a interatividade com o usuário do portal. A seção agrega, em uma página dedicada apenas a ela, fotos e vídeos enviados pelos usuários. Porém a atualização da página não é frequente, principalmente na parte dos vídeos, e os textos que acompanham fotos e vídeos são escritos por repórteres.

Já o site Terra é originário do chamado NuteNet, que surgiu em 1994, e foi o terceiro provedor de internet criado no país. Em 1996, este site fez uma parceria com a Rede Brasil Sul e transformou-se em ZAZ. Em 1999, o ZAZ foi comprado pelo grupo espanhol Telefônica e surgiu o Terra.

O site possui notícias em texto com foto e vídeo, sendo que estes últimos são produzidos pelo próprio canal do Terra ou são pertencentes a outros núcleos produtores de informação, como as emissoras abertas e a cabo. Atualmente, o site permite, ainda, a seus usuários comentar as matérias, sem que haja uma mediação por parte dos profissionais do portal e conta, de acordo com Gustavo Poloni, com uma equipe de 101 jornalistas, divididos em quatro grandes áreas: notícias, esportes, diversão e vida/estilo, que são os canais nos quais está dividido o site. Vale ressaltar que o Terra publica, em média, por dia, 1000 matérias.

A seção VC repórter estreou com a finalidade de incrementar o contato com o usuário do portal. A seção, assim como a VC no G1, também possui uma página específica, porém os vídeos enviados não possuem destaque nesta página. O que há é um link para o “Terra Vídeos”, espaço que aglutina todos os conteúdos enviados. Um



detalhe interessante sobre os vídeos do VC repórter é que o usuário pode acessar pelo site tanto conteúdos elaborados por brasileiros quanto por pessoas de países como Colômbia, Peru, Argentina e EUA.

O objetivo desta análise, como já referido, é verificar que tipo de conteúdo está sendo produzido e veiculado pelos usuários, para poder identificar como e se as relações entre produção e recepção estão sendo alteradas nas rotinas produtivas jornalísticas na web, na geração de novos conteúdos e formatos de notícias. Como o ambiente no qual essas experiências se dão é o do webjornalismo audiovisual serão adotadas as categorias propostas por Albornoz, Salaverría e pelo GJOL e, sistematizadas por Becker e Teixeira, no artigo “Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço – As experiências das redes colaborativas” (trabalho apresentado no GT de Jornalismo da Compós 2009): **hipertextualidade, interatividade, multimidialidade, estrutura, atualidade e memória**. As categorias foram escolhidas por permitirem investigar a complexidade das características narrativas jornalísticas audiovisuais na web.

Essas categorias serão aplicadas na análise dos sites selecionados em seguida, neste mesmo capítulo, para realizar uma análise quantitativa e qualitativa. Para a realização da análise, os sites referidos foram observados entre os dias 26 e 31 de outubro de 2009.

#### 4.1 VC no G1





#### - Multimedialidade:

Na página do “VC no G1”, as cores predominantes são o branco e o vermelho. O layout é bem simples, minimalista e mais fácil de ser percorrido pelo usuário que não fica perdido no meio de uma montanha de informações visuais, razão pela qual o modelo da página do G1 foi estendida a todos os demais sites da Rede Globo.

Os fios são bastante utilizados na página e são mais frequentes do que na home do VC repórter. O site oferece ao usuário os recursos de fotos, tanto na home, quanto nas páginas internas, o que torna o site mais dinâmico e interessante para o usuário.

Os vídeos publicados aparecem em separado na home do VC no G1, porém também podem ser acessados através de matérias que estão em destaque, mas que não apresentam a indicação de que possuem material audiovisual. Isto é confuso para o usuário que fica sem saber onde, exatamente, achar o conteúdo que procura.

Por fim, é preciso ressaltar que os vídeos dos usuários são apenas registros de acontecimentos por transeuntes e não têm a pretensão de serem matérias jornalísticas.

#### - Interatividade:

Em termos de interatividade, o VC no G1 oferece a possibilidade, nas páginas internas, de enviar a “notícia” por e-mail, receber a newsletter do site, RSS, celular e imprimir; além disso, o site permite que o usuário aumente ou diminua a letra do site. Estas opções estão disponíveis no canto superior direito, o que facilita e estimula a participação do usuário.

- Hipertextualidade:

Para acessar as matérias do VC no G1, o usuário pode seguir dois caminhos: ou clicar nos títulos ou nas fotos, pois ambos conduzem à página interna que contém a matéria anunciada na home, acompanhada de textos e fotos. Os hipertextos aparecem em uma plataforma idêntica à da home e os vídeos, geralmente, possuem destaque na segunda dobra da homepage.

- Estrutura:

A home do VC no G1 segue a mesma estrutura que as demais páginas do portal. Na primeira dobra da página, no centro, estão os destaques, que são atualizados com alguma regularidade, e há, sempre, o título da “notícia” acompanhado de uma foto, do ícone do VC e do nome e lugar do internauta que enviou o conteúdo disponível. Do lado direito, há um box que convida os usuários do G1 a participarem, enviando textos, fotos e vídeos. Do lado esquerdo, estão disponíveis todas as 23 editorias do G1, o que facilita a navegabilidade do usuário no site, podendo mudar de uma para a outra sem necessitar voltar à homepage do G1.

Na segunda dobra, aparecem links para as cinco matérias melhores e mais lidas; em um destaque no centro da página, há ainda outras “notícias” destaque que aparecem no mesmo formato das que estão na primeira dobra. O lado direito da dobra continua a chamar o usuário para participar em uma outra espécie de box. No lado esquerdo, há o resto das editorias do G1, mais uma parte de coberturas especiais dentro do G1 e de serviços, como agenda cultural.

As demais dobras continuam o esquema de destaque, com foto e título no centro, sendo que a última dobra, a sexta, possui um destaque especial para a parte “VC sócia”, na qual os usuários mandam fotos suas e dos famosos com os quais se parecem. Quanto às laterais: na terceira dobra, do lado esquerdo, estão disponíveis links para as páginas da TV Globo, da Globo News, outras mídias e classificados. No final da última dobra, há a ferramenta de busca, que também pode ser encontrada parte superior, e links para as grandes editorias da Globo.com (notícias, esportes, entretenimento e vídeos) e para a central globo.com, o assine a globo.com, todos os sites, meus dados e anuncie na globo.com.

Nas páginas internas, os textos, que são escritos pelos repórteres do site, agem de forma explicativa para as fotos e vídeos enviados. A parte esquerda das páginas

segue o mesmo esquema da homepage do VC no G1. Já a parte da direita oferece links para que o usuário acesse as reportagens mais lidas, as mais recentes e as melhores, estas eleitas pelos próprios usuários do G1.

- Atualidade:

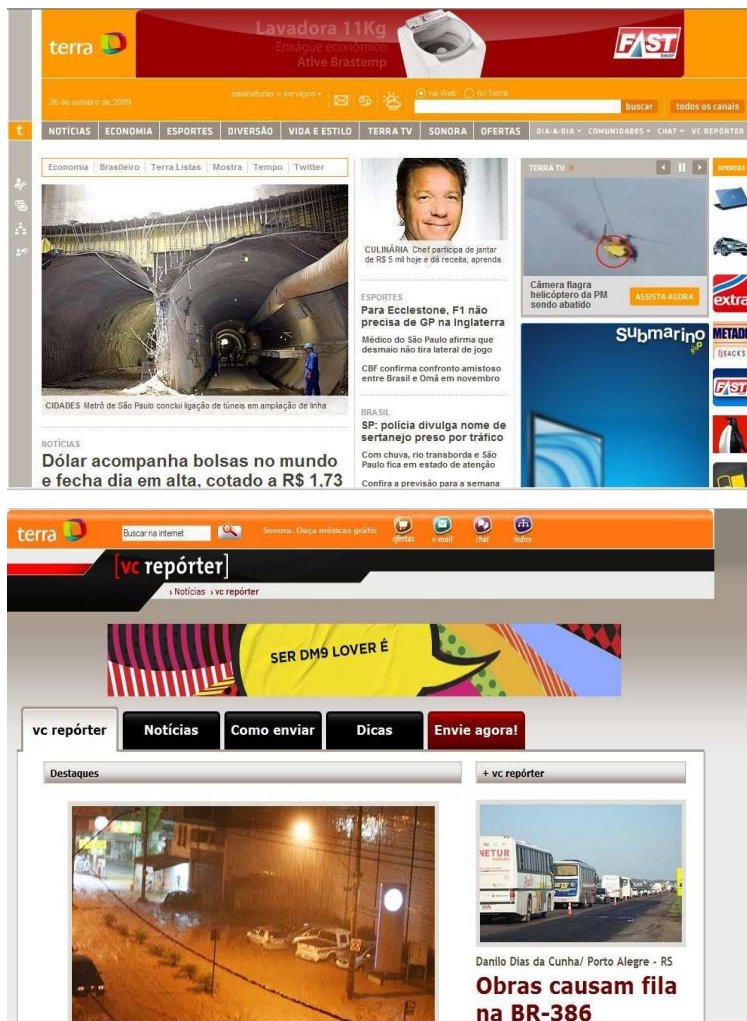
Ainda que seja possível notar uma preocupação com o tipo de informação que é veiculada nesta seção, já que há uma preferência por conteúdos jornalísticos, a atualização não é freqüente. No período observado, a homepage teve apenas os destaques da primeira dobra alterados e, mesmo assim, não foram todos. Os próprios vídeos veiculados também não tinham uma alta peridiocidade, tanto que o destaque desta área, na página principal do VC no G1, era de um acontecimento do início do mês de outubro, sendo que a análise foi realizada na última semana do mês.

Por último, é preciso sinalizar a preocupação com a organização cronológica que existe por quem realiza a seção, já que as informações são dispostas na página de acordo com a data.

- Memória:

O VC no G1 oferece ao leitor diversos mecanismos para que este possa acessar o conteúdo que deseja. Na página principal da seção, estão disponíveis ferramentas de busca na parte superior e inferior, ou a escolha pelas mais lidas/melhores matérias publicadas. Nas páginas internas, além dos recursos de busca e da seleção entre mais lidas/melhores, há a opção de escolher as reportagens mais recentes no lado direito da tela. Observe a sistematização dos conteúdos apresentados nesta análise na tabela 1.

## 4.2 VC repórter



### - Multimedialidade:

A página do VC repórter possui um layout que em muito lembra o formato de certos blogs. Tem uma plataforma simples que apresenta sempre um grande destaque na primeira dobra, acompanhado de título, foto e um pequeno texto introdutório, além do link “Leia mais”. Na segunda dobra, apresenta mais dois destaques menores no centro, seguidos de um quadro que convida os usuários a acessarem os vídeos enviados por outros usuários e a comentarem e também a enviarem os seus próprios.

A lateral direita da homepage da seção apresenta um destaque menor, com a mesma estrutura dos outros dois, disponíveis na segunda dobra da página, seguido de um quadro com links que levam o usuário para páginas internas que ensinam como ele deve fazer para enviar os conteúdos que possui, de acordo com os tipos de arquivos gerados.

É preciso dizer, ainda, que os vídeos não são veiculados em conjunto com as matérias de texto e foto. Eles apenas são visualizados na página do “Terra Vídeos” e apresentam o mesmo caráter que os do G1: registros de acontecimentos por transeuntes, não existindo a pretensão de serem matérias jornalísticas.

- Interatividade:

A interatividade é praticada no VC repórter através da possibilidade de, nas páginas internas, imprimir a página, enviar por e-mail, receber por RSS ou mensagens de celular (no canto superior direito); o usuário pode, ainda, compartilhar a notícia por intermédio de links oferecidos com o facebook, o My yahoo, o [Technorati](#), o [Fresqui](#), o [Menéame](#) ou o [del.icio.us](#) (no canto inferior esquerdo). Porém, diferentemente do G1, apenas é possível aumentar ou diminuir a letra em algumas das páginas internas, assim como é possível comentar as reportagens postadas

- Hipertextualidade:

Para acessar as reportagens do VC repórter, o usuário pode clicar no título ou foto da matéria na página da home ou acessar a parte notícias que traz uma lista com links para todas as reportagens postadas até o momento. Tanto o link da home quanto o da parte de notícias conduzem às páginas internas que contêm um texto (que, como a maioria dos do G1, é redigido por repórteres do site), acompanhado de fotos.

Os vídeos não aparecem em conjunto com os textos e fotos, ao contrário do G1. Para acessá-los, o usuário deve clicar no link ao final da home, que direciona o usuário para a página de vídeos do Terra. Além disso, as plataformas das páginas internas são diferentes entre si e, também, da apresentada na home, e contêm apenas o texto e as fotos.

- Estrutura:

A primeira dobra da homepage do VC repórter contém um destaque grande, com foto, título, introdução e link de “Leia mais”, acompanhado do nome do internauta que enviou o material. Na lateral direita, há um destaque menor que o principal acompanhado dos mesmos dados e recursos.

Na segunda dobra da home, aparecem dois destaques menores no mesmo modelo que os demais e, na lateral direita, há um quadro para convidar os usuários a

contribuírem com o Terra, ensinando como enviar os conteúdos produzidos pelos usuários para o portal.

Por último, no final da página principal, fica localizada mais uma área com a finalidade de estimular a participação do usuário, ou enviando material, ou vendo o que foi produzido pelos outros e comentando. É através dessa parte que os usuários chegam aos vídeos enviados pelos usuários.

Nas páginas internas, os textos, que como já foi dito, são escritos pelos repórteres do site, agem de forma explicativa para as fotos e vídeos enviados, como no G1. Na parte da direita, são oferecidos links, para que o usuário acesse as reportagens mais recentes. Algumas dessas páginas dependem da editoria do portal na qual estão alocadas e possuem ainda comentários postados pelos usuários e links para os vídeos, séries/filmes e fotos mais vistos, além de ferramentas de busca.

#### - Atualidade:

As reportagens e os destaques são atualizados constantemente, porém os vídeos têm uma periodicidade menor. Um detalhe que merece ser observado é que, na página do Terra, aparecem conteúdos não apenas de usuários do Brasil, mas, também, do Peru, da Argentina, do Chile, da Colômbia, do Equador, da Venezuela e do México, países que colaboram com mais frequência através do envio de vídeos.

A maioria dos vídeos enviados refere-se a assuntos da esfera privada, como a mulher de alguém cantando, ou conteúdos de mau gosto, como a insinuação de sexo entre um bebê e uma boneca, ainda que também possam ser verificados conteúdos de cunho mais jornalístico, como o registro de uma enchente ou o linchamento de um ladrão. Os vídeos que aparecem na página de vídeos do Terra seguem a ordem cronológica, assim como na home.

#### - Memória:

O VC repórter possibilita ao usuário uma ferramenta de busca, localizada no canto inferior direito das páginas internas, ou a escolha entre as últimas notícias publicadas em todo o portal, não só na seção VC repórter. As páginas internas de algumas editorias oferecem, ainda, na lateral direita, links para os vídeos, fotos e séries/filmes mais vistos, e para solicitar o envio de notícias para o celular.

#### 4.3. Sistematização da análise comparativa na tabela 1

Multimídia de	Interatividade de	Hipertextualidade de	Estrutura	Atualidade	Memória
Os sites oferecem aos usuários os recursos de fotos (na home e nas páginas internas) e, em ambos, os vídeos publicados, são apenas registros de acontecimentos por transeuntes. Porém, diferentemente do G1 no qual os vídeos possuem uma parte própria de destaque na home, o site VC repórter só apresenta fotos e os vídeos estão em uma página à parte. O VC repórter,	Ambos oferecem a possibilidade de enviar a “notícia” por celular, e-mail, receber newsletter, RSS e imprimir. O VC no G1 permite, ainda, em todas as suas páginas aumentar e diminuir a letra do texto. No VC repórter esse recurso é limitado a algumas páginas internas, porém é	Para acessar as matérias em ambos os portais, basta clicar nos títulos ou nas fotos das matérias. Porém, enquanto no VC no G1 a plataforma das páginas internas é idêntica à da home, no VC repórter, ela muda de acordo com a seção (dentro do site Terra) na qual a “notícia” foi encaixada. E, para acessar os vídeos do Terra, é preciso clicar em um link ao final da	Ambos os portais exibem o título da matéria acompanhada de foto. No entanto, a publicação no VC no G1 é pouco regular, ao contrário do VC repórter. Além disso, na home do VC no G1 ficam expostas todas as editoriais do site G1, enquanto que, no VC repórter, apenas a desta seção	No VC no G1, a atualização não é frequente nem quanto aos destaques da home, nem quanto aos vídeos. Por outro lado, o VC repórter tem atualização praticamente constante e uma relativa periodicidade na publicação de vídeos.	Ambos oferecem ferramentas de busca e seleção baseadas nos critérios de mais lidas, melhores ou mais recentes. No caso do Terra, essa seleção se estende, em algumas páginas, aos vídeos.



possui, ainda, o link “Leia mais” em sua home, acompanhando os títulos das matérias.	possível compartilhar a notícia através de sites como o facebook.	home que conduz à página do Terra Vídeos.	específica. Nas páginas internas, há textos escritos por repórteres os quais acompanham as fotos.		
--	---	---	---	--	--

Tabela 1

#### 4.4 Primeiros Resultados

A análise dos conteúdos dessas seções mostrou que a relação entre produtores e receptores, pelo menos nos sites jornalísticos, ainda não foi alterada de forma significativa. Observe, na tabela 1, que, em ambos os sites, o conteúdo para ser publicado passa pelo crivo da equipe editorial dos veículos e, inclusive, no caso do Terra, o texto que acompanha a matéria é sempre de autoria de um repórter.

É verdade que, agora, os sites apresentam conteúdos produzidos por “qualquer um”, mas esse “qualquer um” é cadastrado no site e assina um termo no qual cede os direitos sobre o que produziu para os sites. Além disso, conteúdos enviados pelos usuários são relativos ao ambiente doméstico, como uma festa de aniversário, e aqueles que poderiam ser identificados como de cunho jornalístico acabam ficando restritos a uma abordagem espetacularizada do acontecimento.

Os vídeos são, em geral, estética e tecnicamente mal feitos, ou são apenas reproduções das imagens que estamos acostumados a consumir nas mídias massivas, além de musicais, como apresentações de tecnobrega, e da reprodução de conteúdos veiculados na televisão que agradaram ao usuário e fizeram com que ele resolvesse disponibilizar, ação frequente no site de vídeos do Terra.

Outro detalhe importante é que, na parte do VC repórter do Terra, são publicadas apenas imagens de fatos que se tornam notícia, porém os vídeos são de qualquer ordem. No G1, embora aconteça também a publicação de vídeos de outra natureza, a maioria tem um fundo jornalístico, ou seja, são assuntos que interessam à coletividade,

influenciam no cotidiano das pessoas, como a paralisação de trens no Rio de Janeiro e o tiroteio no Morro dos Macacos.

Cabe ressaltar, também, que, ainda que as imagens estejam sendo produzidas pelos usuários, os textos (que classificam a imagem) são feitos pelos repórteres da redação dos sites em questão; assim sendo, é possível afirmar que, em última instância, quem de fato realiza a seção do usuário ainda é o repórter.

Para observar se a apropriação das novas tecnologias estão efetivamente gerando novas formas de notícia, diversidade de atores sociais e estéticas mais inventivas, selecionaram-se duas matérias de um total de seis, de mesma temática, no período selecionado para a análise de conteúdo. As categorias aqui utilizadas permitem a análise de notícias que utilizam a linguagem audiovisual e recursos multimídia em suportes distintos, como a web e a TV, conforme sugerido por Becker e Teixeira (trabalho apresentado na SBPJOR 2008). São elas: **estrutura narrativa**, que indica a forma como o produto audiovisual é organizado, o tempo médio das matérias e dos blocos; **enunciadores**, que permite observar como os âncoras e os repórteres apresentam o texto e como é realizada a construção da credibilidade desses profissionais; **atores sociais**, que destaca os entrevistados, as outras vozes que também constituem os relatos das notícias; **editorialização**, que identifica os temas abordados na homepage do site analisado; e **visualidade**, que investiga os recursos gráficos empregados nas enunciações dos acontecimentos, tendo em mente as relações entre texto e imagem.

Quanto à estrutura narrativa, a home do VC no G1 possui um menu com 23 categorias no lado esquerdo; do lado direito fica localizado um box que convida os usuários do G1 a participarem, enviando textos, fotos e vídeos. O centro da *homepage* é dividido em destaques, que são atualizados com alguma regularidade. Nos destaques, há sempre o título da “notícia”, acompanhado de uma foto, do ícone do VC e do nome e lugar do internauta que enviou o conteúdo disponível. Na primeira página, o site possui, ainda, uma ferramenta de busca, na parte superior e inferior da página, e links para outros sites das Organizações Globo, na parte inferior da página.

Já quanto aos enunciadores, percebe-se que as reportagens são realizadas pelos repórteres do site G1, que montam o relato através do que é enviado pelos usuários e, às vezes, do que apuram junto a outras fontes. Porém, em outras matérias veiculadas na mesma semana e que não foram foco desta análise em particular, o relato foi construído pelo próprio leitor.

Sobre os atores sociais nas reportagens analisadas, o VC no G1 apresenta apenas uma entrevista com a organizadora da procissão de São Judas. A outra reportagem não possui entrevistado. É importante frisar que a maioria das reportagens não possui entrevista.

Isto significa que o tema apresentado fica resumido à percepção individual de um ator social, o que gera para o usuário, que pretende se informar através da notícia, uma noção aparente de conhecimento que, de fato, não se consolida. Se a matéria apresentasse uma pluralidade de atores, poderíamos dizer que há um conjunto final mais propício a oferecer ao usuário ferramentas para se informar sobre a temática apresentada, mas, ao centrar toda a notícia na perspectiva de apenas um ator, o relato fica desde o início comprometido.

Sobre a editorialização, através da análise do site, é possível perceber que o VC no G1 prioriza as reportagens factuais sobre acidentes/catástrofes/violência, já que, das 23 matérias publicadas durante o período da análise, 11 são matérias desse tipo. Em seguida, vem os fait-divers (comemoração do dia das bruxas por leitores), com 9 matérias, e as de cultura, com duas reportagens publicadas. Quanto aos vídeos publicados no G1, das três páginas existentes dedicadas ao VC no G1, em torno de 90% dos vídeos têm cunho jornalístico; o resto é dedicado a contribuições, como os usuários do G1 dançando “Time of my life”. Mas é preciso ressaltar, novamente, que esses vídeos são apenas registros de transeuntes, e não matérias jornalísticas. O próprio portal não constrói matérias com esse material, só o disponibiliza na página acompanhado de texto e, se houver, foto. Além disso, nenhuma das matérias que possuíam a mesma temática em ambos os portais possuía vídeo.

Por fim, sobre a visualidade, foi possível notar que o layout da primeira página não sofreu alterações significativas durante o período de análise. Quanto à estrutura das matérias, há sempre um texto escrito, em associação com fotos e, às vezes, vídeos. É preciso ressaltar que os relatos carecem de uma maior contextualização, ficando restritos apenas à resposta do esquema: quem, o que, onde, quando, como, por quê.

Já a home do VC repórter possui, quanto à estrutura narrativa, um menu com quatro categorias na parte superior; do lado esquerdo, ficam localizados três destaques, um principal e dois secundários: com foto, título, introdução e link de “Leia mais”, acompanhado do nome do internauta que enviou o material. Na lateral direita, há um destaque menor que o principal, acompanhado dos mesmos dados e recursos. Na

primeira página, o site possui, ainda, na parte inferior um link para a página dos vídeos e, também, para o envio de material pelo usuário.

Sobre os enunciadores, as reportagens são realizadas pelos repórteres do site VC repórter, que montam a notícia por intermédio do conteúdo enviado pelos usuários e da apuração junto a fontes oficiais e de outra natureza (Defesa Civil, Climatempo) e com os internautas.

Os atores sociais do VC repórter são, relativamente, bem vastos. Nas reportagens analisadas, são apresentadas entrevistas com a Defesa Civil, o Climatempo e os internautas. É importante frisar que todas as reportagens possuem entrevista e, geralmente, mais de uma fonte, além do usuário. Ou seja, ao contrário do G1, o Terra busca produzir relatos mais plurais, através da diversidade de atores sociais. Para o portal, a informação do usuário é apenas o ponto de partida para uma apuração e, depois da construção de uma notícia, nunca é o fim.

Através da análise do site, é possível perceber, sobre a editorialização, que este prioriza as reportagens factuais sobre acidentes/catástrofes/violência/denúncia, já que das 53 matérias disponíveis, 23 são matérias ligadas a esses temas. Em seguida, vêm as matérias sobre mídia, são 15 no total, seguidas de fait-divers e cultura, cada uma com, respectivamente, 11 e 3 matérias publicadas. Os vídeos do Terra são todos publicados à parte; não há, em nenhuma página do VC repórter, texto aliado a foto e vídeo, apenas foto.

Os vídeos do Terra, publicados no período da análise, eram, em sua maioria, dedicados a temas relativos ao ambiente doméstico, com ações que só interessam à esfera privada. É claro que exceções existiram, como o vídeo que mostrou uma passeata de professores, a chuva em São Paulo ou o linchamento de um ladrão. É preciso dizer que os vídeos do Terra, assim como os do G1, são pouco atualizados, principalmente se comparados a outros sites, como o UOL MAIS. Além disso, as páginas do Terra destinadas às contribuições de usuários de outros países da América Latina são mais frequentes que a de usuários brasileiros.

Por último, analisando a visualidade, o layout da primeira página não sofreu alterações significativas durante o período de análise. Quanto à estrutura das matérias, há sempre os textos escritos, às vezes acompanhados de fotos, mas nunca de vídeos. As matérias apresentam uma contextualização maior que as do G1, apresentando os fatos de uma forma mais ampla e com uma diversidade relativa de fontes.

A análise mostrou que é preciso que os usuários adquiram competências e habilidades técnicas e teóricas para que possam utilizar estes e outros espaços na web, para a veiculação de conteúdos diversificados, proporcionando a construção de relações entre texto e imagem e com temas e abordagens mais diversificados. Além disso, a análise permite comprovar que o envio de vídeos por parte dos usuários não é, ainda, muito expressiva e que o uso que será feito do conteúdo enviado será inteiramente decidido pelo veículo.

Afinal, como já exposto no capítulo três deste trabalho, ao enviar qualquer tipo de material para as empresas jornalísticas, os usuários abrem mão dos seus direitos sobre o que é enviado, podendo as empresas utilizarem-no da forma como melhor lhes aprouver, além de terem o poder de decidir o que será veiculado ou não, já que o envio do material não garante a sua publicação.

A análise também apontou que ainda não há uma diversidade no conteúdo produzido pelos usuários e que a produção dos vídeos ainda é, e muito, limitada. Por essas razões, observa-se como é importante a formação, principalmente dentro do espaço universitário. Afinal, a partir do momento em que há conquista de competências e habilidades, os futuros profissionais estarão munidos dos conteúdos de que necessitam para produzir relatos jornalísticos de maior qualidade, e não só reproduzir conteúdos já institucionalizados pela mídia como dignos de visibilidade, apresentados, quase sempre, da mesma forma.

A partir dessas observações, no próximo capítulo serão apresentadas diretrizes que podem conduzir um trabalho de formação na universidade, a análise televisual e a educomunicação, referências importantes na experiência pedagógica do projeto TJUFRJ, analisado e apresentado no capítulo seis deste trabalho.

## 5. Pensando e fazendo o jornalismo: desafios na formação profissional

O jornalismo é uma importante forma de acesso à realidade; afinal, é através do que é veiculado cotidianamente por telejornais e websites jornalísticos que temos acesso a uma parte do mundo no qual habitamos:

a imagem que a mídia constrói da realidade é resultado de uma atividade profissional de mediação vinculada a uma organização que se dedica basicamente a interpretar a realidade social e mediar os que fazem parte do espetáculo mundano e o público (VIZEU: 2008, 13).

Justamente por isso, a formação daquele que é responsável por construir representações da realidade na forma de notícias deve e precisa ser discutida e refletida.

Para ser jornalista, não basta simplesmente saber escrever, como advogam muitos, nos dias de hoje, na sociedade brasileira. O jornalista deve saber escrever? É claro que sim, mas isto não é tudo. O profissional desta área deve estar habilitado, modificado e interpelado pelas novas tecnologias da informação e da comunicação a ir além, aproveitando todas as possibilidades abertas pelas tecnologias digitais para realizar a produção de conteúdos de qualidade que contribuam para a formação de sujeitos críticos, cidadãos do mundo, aptos a construir um conhecimento próprio, adquirido por intermédio da implantação efetiva da linguagem do hipertexto e da elaboração de vídeos preocupados em transmitir conhecimento, ou seja, que contextualizem os fatos, busquem novos ângulos na hora de elaborar as imagens, que ouçam diversas vozes, enfim, que permitam e agreguem novos olhares, como argumenta Thompson:

uma produção televisiva de qualidade quebra determinadas regras discursivas e temáticas, transformando e misturando gêneros, inserindo novos pontos de vistas nos fatos noticiados, e ampliando a quantidade e os diferentes tipos de personagens na construção de um drama ou de uma série (THOMPSON *apud* BECKER:2008,360).

Assim sendo, a formação deste profissional, mais do que nunca, deve ser pensada de maneira a verificar até que ponto o que é oferecido pelas universidades pode ser capaz de promover um profissional e um cidadão apto a ocupar o seu lugar no mundo contemporâneo. Para além de ensinar a seus alunos o formato da pirâmide invertida, o lead e outros atributos técnicos relativos à organização do texto para os

diferentes veículos jornalísticos e os tipos de abordagens que se deve usar na produção de matérias nas diferentes editorias (economia, cultura, política, internacional, geral etc.), é preciso que os centros de formação dos futuros jornalistas preocupem-se em fornecer a eles métodos de decodificação dos diferentes textos que eles recebem pela mídia, em especial, o audiovisual.

Vivemos na era da cultura da imagem que, como já foi dito, “explora a visão e a audição” (KELLNER:2001,9), e essa cultura foi potencializada pelos novos dispositivos tecnológicos, cada vez mais elaborados do ponto de vista técnico e mais baratos. Se antes já sofriamos com um bombardeamento de imagens praticamente ininterrupto com a televisão, como afirmam muitos teóricos, hoje essa ação foi alçada a níveis sobre-humanos. Afinal, agora, para produzir um filme ou uma matéria jornalística, por exemplo, não é mais preciso carregar um equipamento pesado e que só podia ser adquirido a preços exorbitantes; basta ter um celular ou uma máquina fotográfica.

Além disso, os espaços de veiculação dos vídeos também foram ampliados pela tecnologia. A internet trouxe a possibilidade de acessar vídeos a qualquer hora, em qualquer lugar, e diversificou, ainda, as formas de acesso às produções audiovisuais. No passado e no início da rede, apenas os grandes conglomerados da comunicação tinham capital para investir e divulgar seus vídeos; hoje, através de sites como o “youtube” ou de ferramentas como blogs pessoais, quem deseja se iniciar na área do audiovisual pode fazê-lo sem problemas e os usuários têm, ao passo de um “click” no mouse de seu computador pessoal, uma gama aparentemente infinita de possibilidades narrativas produzidas por um número cada vez maior de profissionais da área da comunicação e de amadores.

Apesar da cada vez mais crescente mediação exercida pelo texto audiovisual na vida cotidiana, este ainda não é alvo de discussões em nenhum espaço da vida dos brasileiros: no ensino fundamental, no ensino médio ou mesmo na faculdade, raros são os espaços dedicados à análise desse tipo de produção. Na Escola de Comunicação da UFRJ, no curso de jornalismo, por exemplo, durante os quatro anos de estudos, divididos em oito períodos, apenas quatro preocupam-se em refletir sobre a produção audiovisual: Audiovisual I e II e Telejornalismo I e II, e, destes, apenas uma na realidade volta-se para o conteúdo exclusivo do telejornalismo, a disciplina Telejornalismo I, ministrada no sexto período (a disciplina Telejornalismo II, não é obrigatória).

No curso de rádio e TV, esse número é incrementado por mais disciplinas, como a de Produção Audiovisual, e por eletivas, como Comunicação e Arte Contemporânea II, porém, ainda que não sejam restritas aos alunos do curso, são oferecidas em horários diferentes daqueles dos estudantes de jornalismo, o que dificulta a participação nestas disciplinas, mesmo os mesmos tenham interesse.

Essa defasagem acaba restringindo a possibilidade de construir, junto aos estudantes, uma visão mais crítica e menos “deslumbrada e receptiva” diante do que é veiculado, em especial do que é produzido pelos veículos jornalísticos. E esta questão torna-se mais séria quando entra em cena um novo ator social, o jornalista “cidadão”.

Se, em alguns cursos que formam os profissionais, a preocupação com uma real formação nem sempre acontece, o que ocorre quando as notícias passam a ser produzidas por qualquer um que detenha uma câmera ou um celular? Que tipo de conteúdo passa a ser produzido?

As imagens que estão sendo produzidas por esses amadores não têm qualquer cuidado estético ou de conteúdo. Na maioria das vezes, são resultado de uma simples coincidência, ou seja, a pessoa estava passando pela rua, viu um acidente de carro e resolveu filmar, ou ainda querem tornar ações restritas ao espaço privado, públicas, como, por exemplo, um bebê que acabou de nascer ou a mulher de alguém cantando.

Porém, ainda que sejam elaboradas desta forma, estas imagens acabaram sendo incorporadas pelas instituições que produzem notícias como uma forma de se aproximarem de seu público e, em alguns casos, de cobrirem a falta de cobertura em determinadas partes do globo, como frisam Primo e Träsel: “o principal papel do webjornalismo participativo é cobrir o vácuo deixado pela mídia tradicional” (PRIMO, TRÄSEL: 2006, 8), pois, através das contribuições dos usuários, os veículos jornalísticos conseguem dar conta “do local”, de espaços distantes dos pólos produtores de notícias e sobre os quais pouco se sabe ou tem como investigar. As seções “VC repórter”, do portal Terra, “UOL Mais”, do UOL, e “VC no G1”, da Globo.com, analisadas no capítulo quatro deste trabalho, são apenas algumas dessas iniciativas que hoje se encontram presentes em praticamente todos os sites jornalísticos e telejornais nacionais.

E, neste momento em que as fronteiras entre os jornalistas e as pessoas parecem se dissolver e constituir-se de modo tênue, torna-se mais do que necessário desenvolver, na sociedade como um todo (em especial, nos jornalistas), competências para que todas as pessoas estejam habilitadas a atuar de forma crítica e participativa, promovendo, de



fato, a elaboração de conteúdos inovadores e diversificados que serão capazes de favorecer novas abordagens dos diversos temas e contribuir, de maneira positiva, para um jornalismo de maior qualidade.

Afinal, segundo Castells (2001,12), a tecnologia, em si, não garante nada; o que vai, realmente, fazer a diferença são as formas pelas quais nos apropriamos dela. Ainda hoje, os dispositivos tecnológicos servem para documentar uma festa de aniversário ou o nascimento de um bebê, ou mesmo a mulher de alguém cantando, como dito anteriormente; porém, agora, assistimos, também, ao nascimento de imagens preocupadas em documentar acontecimentos. Falta, ao que parece, que estas imagens, agora produzidas por cidadãos e utilizadas nas coberturas jornalísticas para a construção de seus relatos, incorporem uma acuidade no trato com a imagem, na busca por imagens cada vez mais bem cuidadas, do ponto de vista jornalístico, além, é claro, da absorção de conceitos sobre as ferramentas técnicas necessárias para tais produções. A análise televisual, especialmente as contribuições de Caseti e Vilches, é utilizada como referência importante pela professora responsável pelo desenvolvimento do laboratório e do site TJUFRJ na experiência pedagógica do projeto, porque é capaz de fornecer a quem a pratica instrumentos para “ler” os textos audiovisuais, permitindo identificar escolhas feitas na construção de diferentes produtos e diferentes combinações entre texto e imagem na produção de sentidos.

Afinal, é preciso que o jornalista esteja sempre atentos ao texto que produz, porque, como disse Freire (1996), é pensando criticamente a prática de hoje ou de ontem que se pode melhorar a próxima prática:

O próprio discurso teórico, necessário à reflexão crítica, tem de ser de tal modo concreto que quase se confunda com a prática. O seu “distanciamento” epistemológico da prática enquanto objeto de sua análise, deve dela aproximá-lo ao máximo. Quanto melhor faça esta operação tanto mais inteligência ganha da prática em análise e maior comunicabilidade exerce em torno da superação da ingenuidade pela rigorosidade. Por outro lado, quanto mais me assumo como estou sendo e percebo a ou as razões de ser de porque estou sendo assim, mais me torno capaz de mudar, de promover-me, no caso, do estado de curiosidade ingênua para o de curiosidade epistemológica (FREIRE: 1996, 39).

O jornalista tem uma função social que é a de mediador entre um conteúdo científico e o público, e entre este e os governantes, e, neste sentido, o olhar constante e

atento sobre o seu fazer jornalístico e o dos demais profissionais é indispensável. Somente através desse diálogo constante é que será possível modificar a qualidade do que é oferecido hoje pelos veículos jornalísticos brasileiros. Porém, é preciso frisar que, hoje, os espaços disponíveis para o estímulo a este tipo de reflexão é escasso, inclusive na universidade, mais voltada para a técnica da redação jornalística do que para a discussão do jornalismo como forma de mediação propriamente dito, sendo, ainda, capaz de oferecer aos estudantes a oportunidade de conquistar habilidades e competências teóricas e práticas para a leitura das notícias e a produção de seus próprios textos.

É importante ressaltar que, como já foi comprovado por estudos e citado no capítulo três deste trabalho, a imagem gera significados (mais amplos) a partir da sua interação com o texto, além de produzir outros em quem a recebe, ou seja, o telespectador (no caso da televisão) ou o usuário (no caso da web). Mesmo que a imagem traga uma gama de significados elaborados por quem a concebeu, estes não são, necessariamente, recebidos da mesma forma por quem a assiste. Como mostra Vilches, o destinatário é um leitor ativo e, assim sendo, trabalha em cima do produto ao qual tem acesso: “o destinatário constrói (pois é um leitor ativo) novas formas linguísticas e também inventa cenas que sintetizam longos períodos”<sup>1</sup> (VILCHES: 1984,97). É claro que as possibilidades de leitura e, logicamente, de interação com a imagem pelo destinatário não são ilimitadas, posto que, como argumenta Vilches, “um texto está limitado pela interação comunicativa” (VILCHES: 1984, 99).

Ainda que as possibilidades de leitura sejam limitadas, esta capacidade de leitor ativo não pode ser ignorada por aqueles que pretendem fazer mídia. Ao contrário, estes futuros comunicadores, sendo eles jornalistas formados ou não, devem estar aptos a realizar leituras das imagens com as quais entram em contato, sendo, portanto, capazes de identificar como a relação entre texto e imagem foi feita, construída, e que sentidos ela quis gerar e gerou.

A partir do momento em que os futuros jornalistas passarem de fato a “ver” o que é produzido, refletindo sobre o que lhes está sendo apresentado e sobre a sua própria prática, é que se tornarão telespectadores e usuários ativos, ou seja, tornar-se-ão cidadãos e profissionais capazes de estabelecer uma relação com os produtos audiovisuais com os quais entram em contato, não os incorporando de forma passiva,

como sugeria a indústria cultural. Eles, é claro, absorvem as imagens e os textos com os quais entram em contato, porém não de forma “pura”; os telespectadores/usuários realizam a leitura desses conteúdos recebidos, relacionando-os com outros. Esta leitura é descrita por Vilches como “uma atividade cujo objetivo é colocar em co-relação um conteúdo com uma expressão dada. A leitura é uma atuação que pressupõe uma competência do leitor, que tem como lugar de realização o texto visual” (VILCHES: 1984,100).

Como é possível verificar, a abordagem da Escola de Frankfurt quanto aos espectadores dos meios de comunicação de massa não é de todo verdadeira e, ainda, contribui para que haja uma transferência de responsabilidade, ou seja, se não se questiona a atual situação do país, é porque os meios de comunicação, em especial a televisão (principal veículo de informação, ainda hoje para a maioria da população - 77%, de acordo com pesquisa do IBOPE veiculada na Folha de São Paulo em 26/10/2009), não estão realizando o seu trabalho como deveriam e as pessoas nada têm a ver ou podem fazer quanto a isso. O telespectador/usuário, que sabe decodificar as imagens que chegam dos diferentes emissores, não se encontra à mercê de tudo quanto é tipo de manipulação imaginável e inimaginável realizada por uma grande mídia opressora e mantenedora dos valores da classe dominante.

O telespectador/usuário não é um ser incapaz e indefeso diante do que lhe é apresentado; ao contrario, ele reflete sobre o que vê, estabelecendo, mentalmente, relações que irão fazer com que ele se posicione quanto ao que lhe é apresentado, como, por exemplo, uma notícia. Mas é preciso que, para realizar essa ação, ele aprenda a decodificar o texto que está diante dele; através desta ação, a visão do telespectador/usuário poderá ser mais complexa e menos restrita quanto aos textos audiovisuais, leia-se: essa matéria foi mal-feita, essa matéria foi bem feita.

Se a cultura da escola tradicional dá tanta ênfase à necessidade de se aprender a ler e interpretar os textos escritos, como forma de lutar contra a dominação social, de promover o crescimento daquele que está aprendendo enquanto um ser pensante e capaz de ocupar “um lugar ao sol” neste mundo cada vez mais cheio de incertezas, não será também preciso que este aprenda a ler todos os textos com os quais tem contato?

O texto audiovisual, que por muitos é visto como um texto menor, também cria significados e também é construído de acordo com determinadas regras estilísticas que são pensadas de forma a potencializar o poder da imagem: afinal, o texto audiovisual

utiliza-se da imensa capacidade descritiva da imagem para, aliada à capacidade de qualificação do texto verbal, formar significados.

Dessa maneira, é preciso que as instituições de ensino, através, por exemplo, de experiências dedicadas à interpretação dos textos audiovisuais, como as sugeridas pela análise televisual, incentivem e promovam entre seus alunos essa capacidade de ler, pensar e refletir sobre os textos audiovisuais, para tornarem-se, de fato, telespectadores/usuários ativos, pois, como afirma Frascara, “sem o espectador ativo não pode existir o cidadão ativo, não pode haver uma compreensão ativa de direitos e obrigações” (FRASCARA: 2006, 97).

Nesse percurso, a prática também tem um lugar de importância na formação do jornalista. O processo de construção do conhecimento no jornalismo demanda que haja uma integração entre teoria e prática para o estudante vislumbrar a complexidade de sua futura profissão, e compreender, como já referido no segundo capítulo, que o jornalismo é uma forma de conhecimento. Nenhuma teoria é boa, se não pode ser posta em prática e nem toda teoria serve para todo tipo de prática. Para o desenvolvimento do jornalista, o contato com um ambiente de produção de notícias, com prazos para fechamento das matérias, e o contato com diferentes tipos de entrevistados, são fundamentais para a sua formação, mesmo que esse contato se dê em um ambiente acadêmico: “ensinar a viver necessita não só dos conhecimentos, mas também da transformação, em seu próprio ser mental, do conhecimento adquirido em sapiência, e da incorporação dessa sapiência para toda a vida” (MORIN: 2008,47)

Não é só no mercado, propriamente dito, que o estudante de comunicação aprende a ser profissional: ao atuar em um projeto dentro da universidade, por exemplo, o jovem adquire uma experiência muito vasta, posto que lida com situações tão delicadas quanto as do mercado (disputas de poder, pontos de vista divergentes), está produzindo jornalismo, seja nas funções de repórter, repórter cinematográfico, editor de imagem, editor de texto, produtor, e está sendo observado e orientado por um profissional, no caso o professor, que conhece a lógica do mercado.

O que é preciso, no jornalismo, é praticar. É na prática que se descobrem os percalços envolvidos na produção de matérias, como a dificuldade de falar com as fontes e agendar as entrevistas, de conseguir equipamento para a gravação, de montar um texto que seja capaz de dar conta da complexidade do tema e que, ainda sim, fique compreensível para quem não sabe nada sobre ele, e de desenvolver imagens que mostrem o tema da reportagem de um ângulo diferenciado, para além de serem meras

repetições de outras imagens produzidas em outras matérias sobre temáticas iguais ou semelhantes.

É praticando, também, que é possível descobrir as soluções para os problemas e que podem surgir mais dúvidas e curiosidades, abrindo a oportunidade para o investimento em pesquisas de caráter inovador.

Na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ de 2009, diversos foram os trabalhos dedicados a novas áreas de estudo dentro da comunicação e do jornalismo e a novas formas de fazê-lo, resultado da curiosidade acerca de determinado assunto pelos jovens durante a execução de seus estudos e tarefas, ou seja, da atividade de pensar e fazer o jornalismo.

Um exemplo foi o trabalho “Webjornalismo audiovisual: novas formas de contar histórias da comunicação e das ciências”, apresentado pelas alunas Lidiane Queiroz, Carolina Pádua e Bárbara Louise, bolsistas do laboratório e do site TJUFRJ.

Em sua pesquisa, as alunas mostram como, através de uma observação sobre a produção jornalística atual e a sua própria, no TJUFRJ, e munidas de um estudo teórico, puderam traçar um panorama acerca da veiculação de matérias de temáticas científicas pelos programas jornalísticos e vislumbrar, a partir disso, um caminho diferenciado para a produção das mesmas no TJUFRJ. A pesquisa originou uma aplicação: as alunas, em conjunto com os outros membros do TJUFRJ, realizaram a aplicação da pesquisa e produziram 15 matérias especiais destinadas às pesquisas da UFRJ nas diversas áreas da ciência.

Apenas como dado de referência, é fundamental dizer que as empresas jornalísticas hoje estão preocupadas em ter, nos seus quadros de funcionários, pessoas habilitadas a realizar essa integração entre pensar e fazer o jornalismo. Segundo a estagiária da Globo.com, Lidiane Queiroz, em entrevista à autora, na unidade da empresa dedicada à arquitetura da informação, por exemplo, existem reuniões frequentes em que, além de discutir os projetos da empresa, os funcionários, inclusive os estagiários, são convocados a realizar explanações sobre temas em voga no jornalismo contemporâneo, como o jornalismo participativo.

Desta forma, ainda que haja diante de nós, na atualidade, um quadro de diversificação na produção de conteúdos, há necessidade de adquirir instrumentos teóricos e práticos para o exercício da profissão. Mesmo aqueles que não atuam diretamente como jornalistas, os amadores, precisam estar em contato com estas discussões.

Como foi dito no início deste capítulo, o jornalista é o responsável por representar e cobrir os fatos, produzindo experiências da vida social que passam a ser capturadas por grupos diversos, os milhões de pessoas que acessam cotidianamente os portais jornalísticos na web, que lêem os jornais, ouvem o rádio. A partir do momento em que esses relatos não são apenas construídos pelas imagens/textos/gravações sonoras produzidas pela empresa jornalística, é necessário que aqueles que os estão produzindo tenham capacidade técnica e de raciocínio para fazê-lo; afinal, se, como diz Tuchmann, “os telejornais utilizam ângulos determinados na produção das reportagens com enquadramentos que buscam conferir significados sociais às relações espaciais” (TUCHMANN apud VIZEU: 2008,14) , os usuários também, hoje, o fazem.

E, nesse sentido, a incorporação do relato do amador, corrobora ainda mais para a manutenção da idéia de que o que é apresentado pelos veículos jornalísticos é a mera reprodução do real: talvez, nunca antes no jornalismo, tenhamos experimentado um efeito de real tão potencializado, ou seja, tenhamos tido a idéia de que o que vemos diariamente perante nossos olhos através dos veículos de informação é o real propriamente dito, ao invés de apenas mais uma representação do mesmo.

Afinal não são raras as vezes em que as imagens de um tiroteio, como registros feitos por usuários do G1, são utilizadas pelo veículo para compor uma matéria própria e apresentadas em conjunto com um texto e entrevistas que, na verdade, transmitem o que a empresa jornalística bem entende. Porém, ao agregar imagens produzidas por terceiros, o veículo gera, em muitos usuários, a idéia de que o seu discurso reproduz o que aconteceu e o que aconteceu lhe foi relatado por uma pessoa aparentemente sem interesses, a não ser contar o ocorrido, um usuário comum.

É necessário refletir muito ainda sobre a incorporação das imagens e relatos afins, que hoje a mídia comporta e que advém de seus usuários, mas já está claro que é preciso que todos os que produzem mídia, em especial, jornalismo, estejam habilitados técnica e teoricamente a fazê-lo. A reflexão sobre o que este produtor de conteúdos veicula e recebe é fundamental no desempenho de sua atividade, como foi demonstrado neste capítulo, e é primordial para que todas as possibilidades de novas narrativas e construções que a tecnologia nos trouxe possam ser executadas e promovam novos diálogos e formas de interação.

A internet está oferecendo a oportunidade de estabelecermos redes de conhecimento e informação, de uma forma que antes era impossível, e, justamente por isso, é preciso ter mais cuidado e atenção com o que é produzido e veiculado. Caso

contrário, a grande revolução da comunicação propiciada pelas novas tecnologias, tão proclamada na atualidade, pode gerar uma mera reprodução dos mesmos conteúdos, com o mesmo tipo de utilização de texto e imagem, ou a banalização completa de imagens, temas e abordagens dos fatos sociais. Nesse momento, então, torna-se mais do que necessário trabalhar os textos audiovisuais também por meio de uma reflexão crítica, a fim de produzir telespectadores e usuários ativos que saibam praticar a leitura da imagem de uma forma consistente, ou seja, sendo capaz de compreender todos os significados apresentados pela imagem, e mais, percebendo as intenções daqueles que elaboraram o conteúdo audiovisual que está diante dele.

Ainda que já tenha sido dito, vale lembrar, a tecnologia é o que fazemos dela, não adianta inventar softwares capazes de disponibilizar textos e vídeos por qualquer um, se as pessoas não estiverem preparadas para fazer um uso responsável destes dispositivos. Da mesma maneira, não adianta abrir a produção de notícias para o público, se este não estiver munido do mínimo arcabouço necessário, teórico e prático, para realizá-las.

Dessa maneira, o melhor, ao que parece, é que os produtores de notícia adquiram esse arcabouço através da análise televisual, realizando sempre uma reflexão sobre as imagens que recebem e produzem, e do contato com a prática jornalística.

Por fim, é necessário que aqueles que produzem notícia possam ser capazes de atuar na frente da educomunicação, campo que, de acordo com Schaun,

caracteriza-se pelas atividades de intervenção política e social fundamentada na experiência e na formação crítica dos processos históricos, sempre voltadas para uma perspectiva de leitura crítica dos meios de comunicação, atuando no âmbito do ensino formal (cursos fundamental, médio, superior, formação de professores para o exercício de uma Pedagogia da Comunicação) e não-formal (organizações e instituições da sociedade civil), nas empresas, nos meios de comunicação (grandes meios, emissoras educativas e comunitárias de rádio e televisão), nos movimentos populares, nas organizações não-governamentais. Eles atuam junto a públicos diversos e específicos, de todas as faixas etárias e grupos sociais minoritários e/ou socialmente excluídos ou estigmatizados (SCHAUN: 2002, 82).

Essa reflexão é praticada no laboratório e no site TJUFRJ, que será analisado no capítulo seis deste trabalho, não apenas sobre o que é produzido pela grande mídia, mas também, pelo que é produzido pelos próprios estudantes, o que estimula a sua capacidade de leitura crítica e faz com que, de posse dessa leitura, eles possam buscar

uma forma inovadora de olhar o cotidiano e suas situações (SCHAUN: 2002, 83), podendo, portanto, pensar em novas formas de produzir e veicular as informações jornalísticas. .

O laboratório e o site, graças à formação que oferece aos futuros profissionais da comunicação, fazem com que estes desenvolvam, ainda, habilidades para atuar no contexto da interrelação Comunicação/Educação, motivando aqueles que passam por este espaço a atuarem como educadores, ou seja, “indivíduos que acreditam na mediação da comunicação com e para a educação enquanto ação política de intervenção no social fragmentado e complexo da pós-modernidade, estruturado na lógica do poder econômico-financeiro internacional e do fenômeno da globalização” (SCHAUN:2002, 81). E, na contemporaneidade, este profissional capaz de agir nestas duas frentes tem se tornado cada vez mais frequente e necessário e, uma prova disso, é a inserção do vestibular para Educomunicação, a partir do ano que vem, pela faculdade de comunicação da USP.

No próximo capítulo, apresentamos o estudo de um projeto, o TJUFRJ, que visa oferecer aos alunos do curso de jornalismo da UFRJ essa possibilidade de serem produtores de conteúdo, capazes de refletir sobre o que consomem e sobre o que realizam, e de fazer o jornalismo, em acordo com a proposta da educomunicação.



## 6. Um estudo do TJUFRJ

O TJUFRJ é caracterizado pelas possibilidades de acessar reportagens em vídeo sobre os principais acontecimentos da ECO/UFRJ, de realizar transmissões ao vivo de palestras, aulas e debates, e de funcionar como acervo audiovisual de trabalhos produzidos pelos professores e pelos alunos da ECO. Além disso, o TJUFRJ é um lugar destinado à reflexão crítica e à produção de conteúdos jornalísticos, contribuindo para a integração entre teoria e prática na formação dos estudantes do curso de comunicação social, já que possui, em sua equipe, alunos das três habilitações da ECO (Jornalismo, Rádio e TV e Publicidade e Propaganda), além de visar à apropriação da linguagem audiovisual na partilha e na produção de conhecimentos científicos, valorizando a função da universidade. Realiza, ainda, a integração entre a Graduação e a Pós-graduação, através do laboratório e do site TJUFRJ e das atividades de ensino, pesquisa e extensão praticadas através da união entre teoria e prática.

O laboratório e o site TJUFRJ surgiram em 2001, como resultado do interesse dos alunos do curso de jornalismo em entrar em contato com as novas tecnologias e com o cotidiano da profissão. Em 2004, foi inserido como disciplina eletiva na grade curricular pela então coordenadora do curso, Beatriz Becker, com o apoio da Direção da ECO e da CPM, sob o acordo de ser uma disciplina que contaria com um rodízio de professores da ECO na orientação do projeto. Porém, devido a problemas técnicos e à falta de recursos, o site saiu do ar, só sendo reinserido na web em 2006, quando a Prof<sup>a</sup> Beatriz assumiu a coordenação do laboratório e do site. A partir desse momento, o projeto recebeu da direção da Escola de Comunicação da UFRJ um espaço físico para o seu desenvolvimento e estabeleceu uma parceria com o Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ, para suporte técnico e implantação da TV TJUFRJ, fundamental para o crescimento do projeto.

Depois de conseguir a base para o início dos trabalhos, era preciso uma equipe que pudesse trabalhar nas coberturas e manter o site sempre atualizado. Para isso, a Prof<sup>a</sup> Beatriz construiu um projeto de pesquisa aprovado pela Pró-Reitoria de Extensão e pela Pró-Reitoria de Graduação. Hoje, a equipe do TJUFRJ tem nove bolsistas PIBIAC e uma bolsista PIBIC, que se revezam nas funções de repórter, repórter cinematográfico, produtor e editor, realizando, ainda, com regularidade, a cobertura e transmissão ao vivo de eventos da ECO. Possui um acervo das monografias de conclusão de curso dos alunos do curso de “Rádio e TV” e “Publicidade e Propaganda”

e investe em pesquisas ligadas à área do webjornalismo audiovisual, tendo conseguido menção honrosa em um dos trabalhos apresentados pela equipe na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ de 2008.

Ainda em 2008, o projeto foi contemplado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ, através do edital de Difusão e Popularização da Ciência e Tecnologia no Estado do Rio de Janeiro (Edital FAPERJ nº 17/2008), e obteve os recursos necessários para ampliar as suas atividades, ingressando em uma nova fase, que compreendeu a compra de equipamento permanente, o desenvolvimento de um novo layout para a página do TJUFRJ na web e um seminário, o MULTIMÍDIAS, que foi realizado no dia 27 de agosto de 2009.

O seminário contou com a presença de pesquisadores das diversas áreas do conhecimento na universidade e de profissionais do mercado, contribuindo para uma maior integração entre os profissionais da UFRJ como um todo e para a formação dos alunos, ao mesmo tempo. Além disso, o MULTIMÍDIAS gerou reflexões acerca de novos usos e práticas que podem ser feitos na web, a fim de possibilitar a multiplicação do acesso ao conhecimento através de inovações estéticas e combinações criativas de áudio e vídeo.

Agora que o site se tornou referência na ECO e na UFRJ nas coberturas jornalísticas dos principais acontecimentos acadêmicos da Escola de Comunicação da UFRJ, já sendo considerado uma experiência pedagógica de ensino de jornalismo inovadora, e contabiliza acertos como a produção de um software de publicação de vídeos autônomo, a proposta é investir na pesquisa e na experimentação, através da busca por uma forma efetiva do uso do hipertexto e da realização de reportagens audiovisuais para a web.

#### 6.1 O site e o acervo do TJUFRJ

O site do TJ UFRJ possui, em sua home, um menu com sete categorias no lado direito; do lado esquerdo da página principal, ficam localizadas três chamadas para matérias textuais, que não estão entre os três destaques centrais da página. O centro da *homepage* é dividido em três partes, sendo a maior delas dedicada a um vídeo que roda assim que o usuário entra na página do TJUFRJ e as outras duas, destaques menores, com foto, que permitem ao usuário acessar os vídeos e os textos produzidos através de links. Na home ficam alojadas as principais matérias e coberturas em vídeo realizadas pela equipe. Na parte superior da página, fica localizada a logo do site, acompanhada

das seções “O TJUFRJ”, “Deixe seu comentário” e “Links”, além de localização temporal com a exposição do horário, do dia, do mês e do ano. Na primeira página, o site possui, ainda, uma ferramenta de busca na parte superior esquerda da página.

Todos os vídeos que fazem parte do acervo do TJUFRJ e que se encontram disponibilizados no site estão distribuídos entre as categorias apresentadas ao usuário no menu principal. Entre os vídeos, existem matérias factuais que têm, em geral, um minuto e meio e as matérias especiais, de até 6 minutos, além de palestras e eventos realizados na área da comunicação, que têm de duas a quatro horas.

Na página interna, onde também ficam armazenados todos os vídeos, há um espaço para a exibição de vídeo e a divisão de todo o conteúdo em sete categorias ( I Fórum de Mídia Livre 2008, Produção Acadêmica, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia 2007, Campanhas Publicitárias/Trabalhos do Curso de Publicidade e Propaganda da ECO/UFRJ, Monografias de Conclusão dos Cursos de Graduação da ECO/UFRJ na Linguagem Audiovisual, Reportagens/ Disciplinas Telejornalismo I e Laboratório TJUFRJ), que serão substituídas pelas mesmas categorias que agora estão no menu principal. Ao selecionar uma categoria, todos os vídeos relacionados a ela são listados um após o outro, com o título em azul, seguido de uma breve descrição do vídeo.

Um diferencial do TJUFRJ com relação aos telejornais convencionais é que o site não segue uma estrutura linear, como os telejornais convencionais. As reportagens são realizadas pelos repórteres do site e estes, em função da proposta do mesmo, tem uma postura não tão formal como os repórteres da maioria dos telejornais. Além disso, no site há entrevistas com estudantes da UFRJ, especialistas de comunicação e áreas afins, membros de movimentos sociais e cidadãos, o que contribui para a produção de matérias de maior qualidade, já que há uma diversidade muito vasta de atores sociais. As entrevistas, geralmente, são curtas, com exceção das concedidas às matérias especiais, que podem chegar a dois minutos, e é importante frisar que todas as reportagens possuem entrevista.

Quanto ao acervo disponível hoje no TJUFRJ, é possível perceber, através de observação empírica, que, dos 536 vídeos hoje disponíveis, a grande maioria pertence à categoria “Graduação ECO”, que abriga os congressos, seminários, palestras e eventos promovidos pelo setor de graduação da Escola de Comunicação (316 vídeos). Em segundo lugar, estão os vídeos da categoria “ECO-PÓS”, que são 94, divididos em cursos compactados, eventos, palestras e seminários; são seguidos pela categoria

“Ciências”, que apresenta, atualmente, 89 vídeos, distribuídos em eventos, palestras, seminários, reportagens e vídeos científicos; a seguir, vem a categoria “Audiovisual”, com 46 vídeos nas áreas de cinema, TV e vídeo; por fim, “Notícias”, com 33 vídeos divididos em entrevistas, mostras especiais, mostras e notas.

Por último, é preciso ressaltar que, do final do ano passado até o mês de agosto deste ano, o layout de todo o site sofreu alterações significativas, que incluíram a confecção de uma nova logo, a elaboração de novas categorias e a republicação de vídeos e matérias textuais. Todos os vídeos são indicados por um ícone (TV), o que facilita o uso por parte do usuário. Quanto à estrutura das matérias, ainda que as factuais sigam o esquema off, passagem, sonora, o site busca trabalhar o jornalismo de uma forma mais inventiva por meio de matérias especiais, o que foi incrementado no último período através da realização das quinze matérias especiais ligadas à ciência, produzidas pela equipe do TJUFRJ, com o apoio que recebeu da FAPERJ (edital da FAPERJ nº 17/2008). Nestas, os assuntos relacionados às diversas áreas da ciência foram apresentados de uma maneira inventiva e mais contextualizada. Estas podem ser acessadas no endereço [www.tj.ufrj.br](http://www.tj.ufrj.br)

Depois da reformulação do layout e da organização do conteúdo, o site está dividido em seis seções que agregam, em alguns casos, sub-categorias, e estão dispostas no lado esquerdo de todas as páginas do site, assim como as notas, que ficam no lado direito. Há, ainda, na parte superior das páginas, as seções “O TJ”, que traz a apresentação do site, e “Links”, que oferece ao usuário a oportunidade de conhecer outros sites que têm ligação com o projeto.

Hoje, a atualização é diária, com pelo menos uma matéria por dia, o que forneceu ao site uma “cara” de veículo jornalístico na web, para o qual a atualização é imprescindível. As páginas, ainda, sofreram uma alteração de layout e usam como cores o cinza, o vinho, o laranja e o preto.

Por fim, a home do site, agora, possui, além das categorias na lateral esquerda e das notas na lateral direita, três destaques centrais: um principal, que contém a vinheta do site seguida do último vídeo produzido, acompanhado de um texto explicativo, e dois secundários, com foto e texto descritivo.

## 6.2. Integrando teoria e prática no ensino de jornalismo

O Telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ sempre foi um espaço dedicado à formação dos alunos do curso de comunicação social da UFRJ, integrando teoria e prática.

No TJUFRJ, segundo Beatriz Becker, professora orientadora do projeto, “os alunos são motivados e estimulados não só a experimentar e realizar atividades práticas, como ser repórter ou editor, mas, principalmente, a pensar o jornalismo de forma crítica” (BECKER: 2009 em entrevista à autora), sistematizando, sempre, esta reflexão através de pesquisas apresentadas em congressos e na Jornada de Iniciação Científica da UFRJ, realizada ao final de cada ano letivo.

A proposta principal do laboratório e do site, do ponto de vista do ensino, é promover a integração entre teoria e prática na formação dos alunos do curso de jornalismo e, do ponto de vista das atividades de pesquisa, é ser um espaço de experimentação de novas linguagens e de produção de conhecimento científico na área da comunicação, além de ser um veículo que contribuiu para dar maior visibilidade à Escola de Comunicação da UFRJ e para uma maior integração entre a universidade e a sociedade, por meio da divulgação científica, como a reportagem especial sobre o câncer de mama que será analisada na próxima parte deste capítulo.

Neste capítulo, observamos como as diretrizes da análise televisual e o conceito de telespectadores e usuários ativos apresentados no capítulo cinco são aplicadas nas atividades desenvolvidas no laboratório e no site TJUFRJ. Verificamos, por intermédio da análise das matérias do TJUFRJ, principalmente as especiais, e das pesquisas desenvolvidas pelo grupo que compõe a equipe do laboratório e do site, uma preocupação e, o mais importante, um incremento na produção de matérias com temáticas e enfoques diferenciados, além do uso de imagens produzidas com ângulos inovadores.

É no cotidiano da produção do site e das pesquisas acerca do webjornalismo audiovisual que os estudantes, a partir da análise televisual, aprendem a desconstruir os textos audiovisuais jornalísticos, podendo perceber diferentes aspectos e características narrativas de um determinado produto audiovisual, identificar escolhas feitas pela produção e compreender por que foram usadas determinadas construções em detrimento de outras, observando, ainda, que efeitos e significados essas construções geraram.

O TJUFRJ é um lugar de leitura de mundo e dos textos da mídia. No projeto, os estudantes ganham competências e habilidades que permitem que eles construam seus próprios textos e possam adquirir a capacidade de reconstruir os anteriores. O TJUFRJ, diferentemente dos telejornais das grandes emissoras e portais da internet, apresenta matérias que fogem ao lugar comum quanto a temas e fontes. Nas matérias especiais, somos apresentados a uma série de reportagens voltadas para alguns dos problemas que afligem a sociedade brasileira na atualidade. Porém, ao contrário de certas matérias veiculadas na mídia tradicional, as reportagens do TJUFRJ não apresentam apenas os problemas, mas também algumas soluções que estão sendo pesquisadas e postas em prática por professores da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O enfoque das matérias não fica restrito às inovações tecnológicas por elas mesmas, mas mostra em que medida essas pesquisas já estão modificando a vida de alguns brasileiros, caso da pesquisa sobre o câncer de mama e do projeto Iguaçu, e poderia modificar a vida de outros milhões se houvesse mais investimentos por parte de quem de direito.

As matérias trazem para o telespectador a oportunidade de se informar sobre diversos temas da forma mais ampla possível, como a série de quinze reportagens especiais, anteriormente citada, direcionadas à divulgação científica, que vão desde o reaproveitamento do óleo de cozinha a pesquisas relativas às células-tronco e a tratamentos alternativos à quimioterapia para a cura do câncer de mama. Todas as matérias trazem uma contextualização acerca dos diversos assuntos abordados, apresentando, posteriormente, as pesquisas desenvolvidas sobre estes. Dessa forma, o telespectador está munido de informações base que farão com que ele, se o tema lhe interessar, saiba onde buscar dados complementares, como a quem procurar, entre outros.

Além de contribuir para a formação de conhecimentos junto à sociedade, o site TJUFRJ realiza, ainda, um serviço de divulgação daquilo que é produzido pela universidade, multiplicando o acesso ao conhecimento.

Outro destaque não só destas reportagens, mas de todas as produzidas pela equipe do TJUFRJ deve-se ao fato de terem voz nas matérias não só autoridades ou representantes de instituições de ensino e pesquisa, mas todos os membros do corpo estudantil, membros de movimentos sociais, ou seja, no Telejornal online da Escola de Comunicação não há uma hierarquização quanto a quem tem o direito de falar; todos têm o direito de se expressar e são ouvidos (o que nem sempre acontece nos veículos

jornalísticos) e não apenas aqueles que detêm um conhecimento formal sobre determinada questão.

Isto é vital para uma atividade jornalística que busca promover o conhecimento através da linguagem audiovisual; afinal, ouvindo mais fontes, novos olhares serão oferecidos ao repórter e este estará mais habilitado a pensar novas formas de traduzir a sua pauta em imagens, a construir textos mais elaborados e contextualizados, apresentando ao seu telespectador uma narrativa jornalística de qualidade, como propõe Becker (BECKER: 2008).

Interessado na formação de telespectadores e usuários ativos, um dos grandes desafios do TJUFRJ foi elaborar um novo site que investisse, de forma sistemática, na multimídia, na hipertextualidade e na interatividade, características básicas da narrativa jornalística no ciberespaço. O novo site permite aos usuários que deixem seus comentários, dúvidas e críticas na seção “Deixe o seu comentário”. Dessa maneira, a interação com a equipe que realiza o site se dá de forma mais veloz e incisiva, e demonstra o interesse da equipe de entrar em contato com este usuário e saber o que ele pensa, o que gostaria de saber mais sobre o assunto de uma matéria, ou o que viu e poderia complementar com outra informação. Uma ferramenta de busca, presente no campo superior direito de todas as telas, permite ao usuário encontrar o que deseja no site e ainda oferece a opção de uma busca mais específica.

O uso dos hipertexto é o que ainda falta, para que o site possa ampliar o potencial da convergência para a multiplicação do acesso ao conhecimento. Através do uso do hipertexto, será possível contar as histórias da comunicação e das ciências de maneira nova e diferenciada, para além da mera listagem de links, hoje tão utilizada por sites jornalísticos.

O site TJUFRJ já trabalha em suas produções audiovisuais de forma inventiva e diferenciada quanto ao texto, à captação de imagens, à seleção e condução da pauta e ao uso de fontes. E isso se deve ao fato de ser um espaço formador de profissionais capacitados, que sabem tanto produzir, quanto refletir sobre a sua prática.

No TJUFRJ, os alunos do curso de jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro têm a oportunidade de se tornarem telespectadores e usuários ativos, ou seja, pessoas capazes de refletir sobre as produções midiáticas audiovisuais com as quais entram em contato a todo o instante, seja como produtores ou como espectadores.

A fim de comprovar os resultados do trabalho desenvolvido no TJUFRJ, é que foi realizada uma pesquisa com um grupo de alunos que participaram, com alguns que

estão há um certo tempo e com alunos novos do projeto. O resultado será apresentado na próxima parte deste capítulo, dedicada à análise dos resultados alcançados no processo de aprendizagem do TJUFRJ.

### 6.3 TJUFRJ: um espaço de formação de jornalistas-cidadãos

Nestes já quase quatro anos de retorno às atividades do laboratório e do site TJUFRJ, muitos alunos já passaram tanto pelas aulas, quanto pela equipe de trabalho. Foi no TJUFRJ que a maioria desses estudantes teve a sua primeira experiência com o cotidiano da profissão e com as atividades de pesquisa em comunicação, mais especificamente, em jornalismo.

Com o trabalho no TJ, os jovens, que estavam iniciando a sua caminhada na vida profissional e acadêmica, aprenderam não só a atuar como repórteres, repórteres cinematográficos, editores de imagem, produtores, chefes de reportagem e editores de sites, mas, mais do que isso, descobriram como desvendar uma imagem e como analisar um produto audiovisual, recebendo um instrumental teórico que lhes permite refletir sobre o jornalismo que é hoje praticado e os fez pensar sobre quais são seus problemas e, mais, que soluções podem ser elaboradas.

As discussões e as pesquisas que nasceram dessas vivências dentro do laboratório fizeram com que, hoje, o site tenha conseguido romper com as barreiras da segmentação dos saberes, das disciplinas estáticas e incomunicáveis entre si, para se inserir em um espaço novo de intervenção social, pois o TJ se apropria da junção da análise televisual e da educomunicação, conceitos apresentados no capítulo cinco.

O TJUFRJ possibilita, ainda, que os estudantes que participam do projeto se apropriem, como já foi dito anteriormente, da linguagem de uma forma inovadora, aprendendo a “ler” de forma crítica as diversas produções midiáticas, em especial as jornalísticas, permitindo aos alunos que participam do projeto produzir conteúdos diferenciados da mídia, aprendendo a interpretar com autonomia as imagens do mundo na tela e fora dela.

A verdade é que o projeto permite aos alunos tornarem-se jornalistas-cidadãos, ou seja, profissionais capazes de trabalhar de forma autônoma, produzindo conteúdos diversificados e esteticamente inovadores. Profissionais que são capazes de realizar as atividades técnicas que a profissão lhes solicita e de refletir sobre o produto final construído não só por eles, mas por todos os que fazem mídia. Por fim, o projeto



TJUFRJ fortalece a capacidade crítica destes futuros profissionais, fazendo com que nunca se esqueçam da função social do jornalismo e do seu compromisso para com a sociedade.

#### 6.4 Um processo de aprendizagem inovador

Para tentar identificar o valor do TJUFRJ como um espaço fundamental de formação dos futuros profissionais do jornalismo, foram realizadas entrevistas com estudantes que passaram pelo projeto ao longo dos seus quatro anos de existência (desde o retorno às atividades, de forma efetiva, em 2006).

Todos os entrevistados foram unânimes em atribuir ao projeto o status de lugar privilegiado de formação, em especial, por possibilitar uma mudança em sua visão a respeito do que é produzido pela mídia, como salientou Juliana Siqueira, bolsista do projeto por dois anos e meio, nas funções de repórter e editora:

Ao trabalhar diretamente com a produção audiovisual, a gente aprende a prestar mais atenção no que é falado e mostrado pelas câmeras, tanto por nossa parte, quanto por parte de outros. Você passa a olhar a mídia, e a maneira como ela é feita, com outros olhos. Atribuo isso à própria experiência de fazer telejornal, pois aprendi que o cuidado com palavras e imagens é maior do que se pensava (SIQUEIRA: 2009 em entrevista à autora).

Além disso, os estudantes destacaram a importância de ter, no TJUFRJ, o contato com a pesquisa acadêmica, o que não é ofertado de forma expressiva pela universidade. Foi no TJUFRJ, por exemplo, que a hoje aluna de mestrado da UFSC, Juliana Teixeira, por dois anos membro da equipe do TJUFRJ como repórter e editora do site, descobriu o seu interesse por esta área: “ao desenvolver pesquisas no projeto, percebi meu interesse pela parte mais teórica e acadêmica do jornalismo, tanto que hoje estou cursando mestrado, com o objetivo de desenvolver a minha carreira no sentido da pesquisa” (TEIXEIRA: 2009 em entrevista à autora).

Inclusive, os alunos que se juntaram ao projeto há apenas seis meses frisaram a importância da prática da análise televisual para o seu desenvolvimento:

o projeto faz com que eu perceba o jornalismo e a questão midiática com "outros olhos". Desde que entrei no TJUFRJ, a visão sobre um telejornal, por exemplo, deixou de ser meramente observação. Possuo agora algum conhecimento teórico para analisar o que é transmitido de maneira crítica. No projeto, procuramos

não só fazer jornalismo, mas também pensá-lo (BUTTER: 2009, em entrevista à autora).

Visão compartilhada, também, pela estudante do quinto período de jornalismo, Lidiane Queiroz, que há um ano e dois meses está no site, primeiro como repórter e, atualmente, como editora:

antes de tudo, o trabalho no TJ me ajudou a olhar para o jornalismo de maneira mais crítica. As leituras, as apresentações nas Jornadas, a orientação da professora Beatriz e a possibilidade de experimentar um jornalismo que se propõe a ser de maior qualidade e desprendido das amarras do mercado, me permitiram reconhecer o potencial que o exercício jornalístico tem para crescer e o quanto ainda precisa evoluir e encontrar uma "forma" que tome como base, principalmente, a necessidade de informar com criatividade (QUEIROZ: 2009, em entrevista à autora).

Durante as entrevistas, outro ponto bastante ressaltado pelos estudantes, foi a relevância que o TJ teve para que eles pudessem perceber a função social que o jornalismo deve desempenhar e o quanto essa função requer um preparo teórico e prático, por parte do futuro profissional:

diferentemente do que muita gente pensa, o jornalismo não é apenas um exercício técnico. É preciso ter em mente, antes de tudo, que a profissão tem uma relevância social muito grande e, por isso, é preciso estar atento às transformações da sociedade como um todo. Nesse sentido, a contribuição do TJUFRJ na minha formação foi indispensável. Refletir sobre como as novas tecnologias podem auxiliar na construção de um jornalismo mais contextualizado e de maior qualidade e, além disso, ter um espaço para por em prática essas reflexões, é uma experiência única que eu recomendaria a todo estudante de jornalismo (QUEIROZ: 2009, em entrevista à autora).

O TJUFRJ é um território, como foi possível perceber, de formação privilegiado dentro da universidade, posto que oferece aos alunos do curso de comunicação social da UFRJ ter um primeiro contato com o fazer jornalístico de forma diferenciada, ou seja, também pensando sobre ele.

Além disso, é fundamental frisar que alcança estes resultados através da integração entre teoria e prática, proporcionando ao estudante obter uma visão mais ampla do seu fazer cotidiano e adquirir competências e habilidades, tornando-se um

profissional e um cidadão mais crítico, capaz de “ler” os diferentes textos jornalísticos com os quais entra em contato.

Por último, é preciso ressaltar a capacidade do projeto de formar jornalistas-cidadãos, pessoas compromissadas em fazer um jornalismo de qualidade, com uma apuração bem feita, pluralidade de vozes e diversidade de ângulos, abordagens e temáticas. Mas, principalmente, a capacidade de formar seres humanos conscientes de seu lugar no mundo e da importância da sua contribuição na multiplicação do acesso à informação e ao conhecimento.

O TJUFRJ, como foi possível perceber pelas entrevistas, é um espaço privilegiado de formação para os alunos do curso de comunicação social, em especial do jornalismo, da UFRJ. Através do projeto, os alunos tiveram a oportunidade de crescer profissional, acadêmica e socialmente, tornando-se profissionais bem sucedidos dentro do jornalismo e, o mais importante, com uma consciência crítica construída através do estudo feito por intermédio da análise televisual e da educomunicação, que lhes permite julgar o que é feito pela mídia com propriedade e trilhar caminhos com autonomia sob princípios éticos no exercício da cidadania e da profissão de jornalistas.

## 7. Conclusão:

A análise dos portais Terra e G1 permitiu vislumbrar que a atual produção dos usuários abarcada pelas empresas jornalísticas na web não produziu novas formas de construção da notícia, principalmente no que se refere às narrativas jornalísticas audiovisuais.

Analisando os conteúdos enviados, percebe-se, no entanto, que a produção de vídeos ainda é pouco expressiva e que há uma falta de habilidade técnica e estética. Os usuários, e isso precisa ficar claro, não têm a obrigação de repetir o estilo clássico da matéria jornalística televisiva, com off, passagem e sonora; pelo contrário, o que se esperava da inserção desses novos atores sociais eram formatos inovadores, com ângulos e construções narrativas diversificadas. No entanto, como mostrou a análise comparativa das seções colaborativas do Terra e do G1, isso não aconteceu.

Uma das razões apontadas pela análise feita no capítulo quatro mostra que essa situação deve-se ao fato de que quem decide o uso que será feito do material enviado é a própria empresa, como está estipulado no contrato que o usuário deve aceitar para submeter o seu trabalho. Assim sendo, vale ressaltar, independente do que o autor pensou e realizou em seu vídeo, foto ou texto, o que será visto por aqueles que acessam o site é o que foi selecionado pela equipe do veículo.

Isso deixa transparecer que, apesar de agora agregar a produção dos usuários em seus relatos, o que poderia sugerir uma reconfiguração nas relações entre produção e recepção, na realidade constitui uma manutenção desta relação que se utiliza de uma aparência mais flexível para assegurar o seu lugar como produtora de informação jornalística e ganhar, junto ao seu público, uma roupagem de maior abertura e dinamismo.

É claro que, independente de como esse conteúdo é apropriado pelas empresas, a sua concepção é, também, parte fundamental. Apesar das matérias de tema idêntico abordadas na análise de conteúdo não apresentarem vídeos, ambos os sites disponibilizam vídeos produzidos por usuários, lembrando que, no caso do G1, às vezes, estes acompanham as matérias textuais, o que não é verificado no Terra.

E a análise desses conteúdos mostra que os vídeos que apresentam temas de interesse jornalístico não têm uma acuidade técnica e estética. Os usuários apenas registraram o que aconteceu, sem qualquer preocupação de, ao menos, colocar uma

narração sobre o fato ou atribuir outras interpretações aos acontecimentos em suas representações audiovisuais na forma de notícia.

Apenas a imagem, acompanhada de ruídos ou de exclamações de espanto, aparecem. E, mesmo estando preocupados tão somente com a imagem, ainda assim há falhas, como o tremer a câmera ou deixá-la fora de foco.

Partindo desse tipo de produção e abrindo para a análise do laboratório e do site TJUFRJ, e utilizando a sistematização de ideias apresentadas nos capítulos dois, três e cinco com base na revisão bibliográfica, percebe-se o quanto uma formação amparada pela análise televisual e pela educomunicação é capaz de originar jornalistas-cidadãos, ou seja, profissionais com competências e habilidades para a leitura crítica e a construção de notícias, buscando garantir que a inserção de novos sujeitos nos processos colaborativos de construção de notícias possam gerar diversidade de conteúdos, estéticas, formatos e, também, de atores sociais como fontes de informação.

Além disso, a formação no TJUFRJ, por oferecer aos estudantes que participam do projeto a oportunidade de não apenas fazer, mas pensar o jornalismo, exercendo uma reflexão crítica sobre a produção midiática e a sua própria, torna possível a eles ler as imagens produzidas, interpretando, portanto, o mundo dentro e fora da tela.

E é preciso destacar que, como foi inclusive verificado nas entrevistas com os membros da equipe, é esse movimento de pensar o jornalismo, alicerçado pela análise televisual, que faz com que as matérias produzidas pelo grupo tenham qualidade, ou seja, incorporem fontes diversificadas e inovem na proposição de temas e ângulos para as imagens de apoio. Dessa forma, essas matérias constituem-se como produções jornalísticas audiovisuais que, entretanto, não repetem o formato da notícia tradicional da TV, tão reproduzida na web.

Isso permite afirmar que a formação é imprescindível para aqueles que pretendem fazer mídia e, em especial, aqueles que irão trabalhar com jornalismo, que ocupam a função social de mediador, ainda mais agora que o diploma foi considerado desnecessário para o exercício da profissão. Com o fim da exigência do diploma, a atividade jornalística corre o risco de ficar banalizada; afinal, não basta ser especialista em aquecimento global para escrever, enquanto jornalista, sobre o tema. Ao ser praticado por pessoas que não tiveram qualquer contato com as questões mais teóricas, o jornalismo pode gerar cada vez mais conteúdos de menor qualidade. Afinal, e não se pode esquecer isso, a qualidade em muito depende da capacidade de selecionar e

interpretar a avalanche de conteúdos e notícias, principalmente hoje com as novas tecnologias, por meio das quais a informação tornou-se abundante.

Através de uma formação comprometida, como a realizada dentro do TJUFRJ, ou seja, que fornece os meios necessários para que os futuros profissionais possam ocupar o seu lugar no mundo enquanto profissionais e cidadãos conscientes da sua responsabilidade e munidos do arcabouço teórico e prático que a sua atividade exige, é que será possível a construção de novas narrativas e, portanto, de uma mídia mais democrática e do jornalismo como uma forma de conhecimento efetiva.

Por fim, deve-se explicitar que esta pesquisa procura ser uma reflexão sobre as questões aqui discutidas e que o tema, portanto, não se encerra neste trabalho de forma alguma e que, inclusive, o que esta pesquisa pretende é suscitar outros estudos e questões.

## 8. Referências Bibliográficas:

**ALSINA**, Miquel Rodrigo. *A Construção da Notícia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

**MARTÍN-BARBERO**, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides.

------. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. Tradução: Jacob Gorender.

**BECKER**, Beatriz. *A Linguagem do Telejornal, Um Estudo da Cobertura dos 500 Anos do Descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: Epapers, 2005, 2a. edição.

**BECKER**, Beatriz. *Diversidade e pluralidade: desafios da produção de um telejornalismo de qualidade*. In **BORGES**, Gabriela & **BAPTISTA**, Vítor Reia (orgs.). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Editora Livros Horizonte, 2008.

**BECKER**, Beatriz; **LIMA**, Marcos Henrique. *Ame ou Deixe o Ciberespaço*. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano IV - n. 2 - p. 11 a 23 - jul./ dez. 2007

**BECKER**, Beatriz; **TEIXEIRA**, Juliana Fernandes. *Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço – As experiências das redes colaborativas*. Trabalho apresentado ao GT “Estudos de Jornalismo”, do XVIII Encontro da Compós em junho de 2009.

**BECKER**, Beatriz & **TEIXEIRA**, Juliana Fernandes. *O telejornalismo na era digital*. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008.

**BENEDETI**, Carina Andrade. Qualidade da informação: análise da cobertura jornalística sobre transgênicos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Brasil, v. 3, n. 2, 2006. Disponível em

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5865/5336>.

Acessado em 26 out. 2009.

**BOURDIEU**, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008. Tradução: Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira.

**BOWMAN**, Shayne & **WILLIS**, Chris. *Nosotros, El medio – Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*. Tradução de Guillermo Franco M. The Media Center at The American Press Institute. Colômbia: Casa Editorial El Tiempo, 2003.

**CASETTI**, Francesco & **CHIO**, Federico di. *Análisis de la Televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós, 1999.

**CASTELLS**, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

**COSTA**, Rogério da. *Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva*. *Interface (Botucatu)* [online]. 2005, vol.9, n.17, pp. 235-248. ISSN 1414-3283. Acessado em 30 out. 2009.

**FAIRCLOUGH**, Norman. *Discurso e mudança social*. Editora UnB. Coordenadora da tradução: Izabel Magalhães.

**FELINTO**, Erick. *VIDEOTRASH: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet*. In: *Cibercultura revisitada*. Galáxia: revista transdisciplinar de comunicação, semiótica e cultura/ Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP – n.16 (dezembro 2008) – São Paulo: PUC-SP – EDUC, 2008, p. 33-42.

**FERRARI**, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2006 (Coleção Comunicação).

**FERRÉS**, Joan. *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós, 1997.

**FRASCARA**, Jorge. *El poder de la imagen: Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito, 2006.

**FREIRE**, Paulo. *Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.



**GENRO FILHO**, Adelmo. *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Tchê, 1987.

**KELLNER**, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001. Tradução: Ivone Castilho Benedetti.

**LAGO**, Cláudia & **BENETTI**, Marcia (orgs.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

**MACHADO**, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2003.

**MACHADO**, Elias. *Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

**MEDITSCH**, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? [HTTP://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf)  
Acessado em 27 de out. 2009.

**MORIN**, Edgar. *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

**NOGUEIRA**, Leila. *O web Jornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line*. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal da Bahia, orient.: Prof.Dr. Elias Machado, 2005.

**NOCI**, Javier Díaz & **PALACIOS**, Marcos (orgs.). *Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008.

**PALACIOS**, Marcos (orgs.). *O Ensino do Jornalismo em Redes de Alta velocidade*. Salvador: EDUFBA, 2007.

**PENA**, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2008.

**PINTO**, Milton José. *Comunicação e Discurso – Introdução à análise de discursos*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

**PRIMO**, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

**PRIMO**, Alex & **TRÄSEL**, Marcelo Ruschel. *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. Contracampo (UFF), v.14, p. 37-56, 2006.

**SANTAELLA**, Lucia; **NÖTH**, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

**SILVA**, Luiz Martins. *Jornalismo Público: o social como valor-notícia*. GT de Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2002.

[HTTP://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo\\_publico\\_o\\_social\\_como\\_valor-noticia.pdf](http://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf) Acessado em 27 de out. 2009.

**SODRÉ**, Muniz. *Antropológica do Espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2008.

**SCHAUN**, Angela. *Educomunicação: reflexões e princípios*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

**VILCHES**, Lorenzo. *La lectura de La imagen: prensa, cine, televisión*. Barcelona: 1984, Paidós.

**VIZEU**, Alfredo (org.). *A Sociedade do Telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008

Sites:

Palestra: *Narrativas Jornalísticas e Audiovisuais na web*. Realizada dia 27 de agosto de 2009. Palestrantes: Viktor Chagas (Overmundo), Manoela Pereira (UOL), Gustavo Poloni (Terra) e Beatriz Becker (ECO/TJUFRJ). Acessado em [www.tj.ufrj.br](http://www.tj.ufrj.br), no dia 10 de setembro de 2009.